

PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT: PERSPEKTIF
KOMUNIKASI, ORGANISASI,
BUDAYA, DAN POLITIK

Editor: Edi Santoso

Diterbitkan oleh:

FISIP Universitas Jenderal Soedirman
bekerjsama dengan:
Yayasan Literasi Bangsa

Pemberdayaan Masyarakat: Perspektif Komunikasi, Organisasi, budaya, dan Politik

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Right Reserved

Cetakan Pertama, 2018

ISBN : 978-602-7369-06-1

PENULIS :

- Joko Sutarso
- Tri Prasetijowati , Ratna Setyarahajoe
- Henny Sri Mulyani R
- Anditha Sari, Jahid Syaifullah
- Sutaryono
- Khairu Syukrillah
- Joshua Fernando
- Kevin Kurnia Gumilang, Miftah Faridl Widhagdha
- Rahmad Hidayat, Siti Imroatus S., Budi Sri Fitria, Miftah Faridl W.
- Christina Rochayanti, Ida Wiendijarti, Kuswarsantyo, Rosalia I.S.
- Ch. Herutomo
- Nuryanti
- Netty Herawati, Lina Sunyata
- Shinta Prastyanti
- Zuhrizal Fadhly
- Sukarso, Swastha Dharma, Niken Paramarti Dasuki
- Rasianna Br. Saragih
- Fatkhul Muin Dan Pipih Ludia Karsa
- Alimas Jonsa

EDITOR : Edi Santoso

REVIEWER : Agung Noegroho, Tyas Retno Wulan, Hariyadi, Nanang Martono,
Lutfi Makhasin, Alizar Isna, Wahyuningrat, Ayusia Shabita Kusuma, Elpeni
Fitrah, Agus Haryanto, S. Bekti Istiyanto

DESAIN SAMPUL & TATA LETAK : B. Satria

PENERBIT:

FISIP Universitas Jenderal Soedirman

bekerjasama dengan:

Yayasan Literasi Bangsa

Jl Brigjen Encung, Gg. Karang Indah 2 No 6 Purwokerto

www.literasibangsa.org

KATA PENGANTAR

Kualitas pembangunan sebuah negara akan nampak dari peran serta warganya. Di situlah hakikat pemberdayaan masyarakat, ketika warga atau komunitas ikut berpartisipasi dalam pembangunan. Mereka adalah agen atau subyek pembangunan, bukan semata penerima manfaat (beneficiaries) atau objek saja. Bagi Indonesia yang sedang berkembang, ini adalah tantangan serius: bagaimana menjadikan modal SDM penduduknya sebagai kunci sukses pembangunan. Indonesia adalah yang kaya penduduk, dengan menempati posisi negara ke empat di dunia dengan jumlah penduduk terbesar. Indonesia harus mempersiapkan bonus demografi pada tahun 2045. Menurut proyeksi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), dengan menilik populasi absolut Indonesia di masa depan, maka negeri ini akan memiliki lebih dari 270 juta jiwa pada tahun 2025, lebih dari 285 juta jiwa pada tahun 2035 dan 290 juta jiwa pada tahun 2045. Angka besar ini hanya akan bermakna ketika paralel dengan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM).

Meski terus mengalami kenaikan, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia masih peringkat bawah di antara negara-negara lain. Tahun 2016, menurut UNDP (United Nations Development Programme), Indonesia masih bercokol di peringkat 113 dari 188 negara. Angka ini menunjukkan bahwa kita masih memiliki PR berat: perbaiki kualitas SDM. Karenanya, program pemberdayaan masyarakat selalu relevan untuk diikhtirakan. Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam agenda ini, setidaknya dalam upaya akademik untuk memberikan rumusan model pemberdayaan yang paling tepat.

Diskursus pemberdayaan masyarakat, tentu saja, melibatkan banyak variabel, sehingga tak akan memadai untuk dikaji jika hanya dilihat dari satu bidang ilmu. Buku ini hadir dalam konteks tersebut, yakni memberikan berbagai perspektif dalam membicarakan tema pemberdayaan masyarakat, mulai dari aspek komunikasi, organisasi, budaya, hukum, hingga politik. Mungkin tidak terlalu sistematis, tetapi mari kita tangkap semangatnya, bahwa siapapun kita, dari latar belakang ilmu apapun, akan selalu relevan untuk berkontribusi dalam merumuskan model dan bentuk pemberdayaan masyarakat.

Dari sudut ilmu komunikasi misalnya, program pemberdayaan masyarakat tak mungkin mengabaikan aspek-aspek komunikasi seperti partisipan, pesan, atau media. Kesuksesan program ini akan bergantung pada kemampuan mengelola interaksi melalui strategi komunikasi yang sesuai. Kehadiran baru (new media), sebagai contoh, adalah peluang baru dalam program pemberdayaan masyarakat. Masalahnya, kajian bidang ini belumlah banyak. Bahkan landasan teori tentang media baru pun masih lemah. Tantangan bagi akademiki komunikasi: bagaimana memanfaatkan media baru untuk program pemberdayaan masyarakat.

Apresiasi setinggi-tingginya untuk para kontributor buku ini. Melalui riset dari berbagai bidang, terkumpulah tulisan-tulisan bertema pemberdayaan masyarakat. Semoga ini berkontribusi bagi pembaca, baik dalam ranah akademis ataupun praktis. Akhirnya, sebagai editor, kami mohon maaf jika dalam menyajikan buku ini masih banyak kekurangan.

Purwokerto, Agustus 2018

Editor

Edi Santoso

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| KATA PENGANTAR | iii |
| BAGIAN 1. KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT | |
| Perencanaan Komunikasi Program CSR Melalui Komunikasi Partisipatif | 3 |
| Komunikasi Partisipatif Dalam Pelaksanaan CSR PT Pertamina RU 11 Sungai Pakning | 15 |
| Komunikasi Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa Budaya | 27 |
| Komunikasi Forum Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat(PHBM) Atau Hutan Sosial dalam Mengembangkan Hutan Berkelanjutan di Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Banyumas Timur | 37 |
| Peran Komunikasi dalam Membangun Partisipasi Masyarakat untuk Meningkatkan Pembangunan Desa Wisata Bagak Sahwa..... | 47 |
| <i>New Media</i> : Jalan Tengah Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Pengentasan Kemiskinan di Perdesaan | 57 |
| Iklim Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja di Lingkungan Aparatur Desa Di Desa | 69 |
| Komunikasi Dalam Partisipasi Masyarakat untuk Pengembangan dan Pengelolaan Wisata Hutan Mangrove Pulau Baii Kota Bengkulu | 85 |
| Pemberdayaan Masyarakat Petani Tembakau di Era Globalisasi Melalui Literasi Internet | 97 |
| Peran Komunikasi Pemerintah Daerah Kepulauan Kabupaten Simeulue dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Air Bersih Guna Mencapai Hidup Sehat | 109 |
| Pola Komunikasi Kebijakan Publik Menuju Pembangunan Berkelanjutan di Kabupaten Nagan Raya | 119 |

BAGIAN 2. STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

| | |
|--|-----|
| Paradigma Baru Pembangunan Desa Berdasarkan UU Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa dan Implikasinya Terhadap Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan | 139 |
| Membangun Keberdayaan Usaha Melalui Refungsionalisasi Aset pada Komunitas Pemulung Di Kota Surabaya | 151 |
| Pemberdayaan Masyarakat Dalam Kegiatan <i>Urban Farming</i> Di Kota Bandung | 167 |
| Peran Mahasiswa Dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Percepatan Pendaftaran Tanah | 177 |
| Pemberdayaan Masyarakat Desa Sekitar Hutan Melalui Program Perhutanan Sosial di Kelompok Tani Hutan Gunung Gajah Lestari..... | 191 |
| Relasi Kuasa Atas Hak Anak (Studi Kasus Relasi Kuasa Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan, Anak, dan Keluarga Berencana Atas Hak Anak di Kota Pontianak, Kalimantan Barat) | 207 |
| Model Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan: Studi Kasus dalam Perumusan APBDes di Desa Kotayasa dan Banjarsari Kulon, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas | 217 |
| Politik Hukum pada Penyelenggaraan Pemilukada: Suatu Tinjauan terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Demokrasi | 229 |

BAGIAN 1

KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

PERENCANAAN KOMUNIKASI PROGRAM CSR MELALUI KOMUNIKASI PARTISIPATIF

(Studi Deskriptif Kualitatif Perencanaan Komunikasi Program CSR PT
Pertamina (Persero) RU II di Kelompok ADELIS, Kelurahan Jaya Mukti,
Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai)

Kevin Kurnia Gumilang, Miftah Faridl Widhagha

Pendahuluan

Keberadaan perusahaan dalam sebuah lingkungan masyarakat sering kali menjadi paradoks bagi masyarakat lokal. Di satu sisi, keberadaan perusahaan dapat meningkatkan perekonomian, produktivitas dan serapan tenaga kerja, namun di sisi lain, operasional perusahaan sering kali menimbulkan permasalahan lingkungan yang berdampak negatif bagi masyarakat sekitar. Selain harus mengelola dampak operasional yang mungkin dirasakan masyarakat sekitar, perusahaan juga dihadapkan pada permasalahan sosial yang ada di wilayah tersebut. Masalah - masalah sosial seperti kemiskinan, pengangguran, kerusakan lingkungan dan tingkat pendidikan yang rendah menjadi permasalahan yang umum dijumpai perusahaan di berbagai wilayah. Untuk itu, sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, perusahaan memiliki skema Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bentuk tanggung jawabnya kepada lingkungan dan masyarakat.

PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai, merupakan salah perusahaan migas berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang beroperasi di Kota Dumai, Provinsi Riau. Pertamina RU II Kilang Dumai melakukan kegiatan usaha pengolahan minyak mentah menjadi bahan bakar minyak (BBM) seperti Premium, Solar dan berbagai produk turunannya. Sejak tahun 2016, PT Pertamina RU II Kilang Dumai melalui Fungsi CSR Departemen Communication & CSR menyelenggarakan Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif bagi Kelompok ADELIS di Kelurahan Jaya Mukti, Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai. Program ini telah berlangsung selama tiga tahun terakhir dari tahun 2016 sampai 2018 melalui kegiatan pemanfaatan dan pengolahan barang bekas menjadi barang kerajinan, pelatihan menjahit dan bordir, serta pelatihan pembuatan sabun cair berbahan herbal. Program ini telah diikuti oleh 7 (tujuh) anggota inti sebagai pengurus dan 20 (dua

puluh) anggota sebagai penerima manfaat yang sebagian besar merupakan kelompok perempuan di Kelurahan Jaya Mukti, Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai.

Program Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif ini bertujuan untuk membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar melalui peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola barang – barang di sekitar mereka menjadi barang bernilai tambah yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian dan kemandirian masyarakat. Selain itu, program ini secara korporat juga memiliki tujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat (Public Trust) bahwa PT Pertamina RU II Kilang Dumai telah menjalankan komitmen keberlanjutan yang selaras dengan masyarakat dengan berlandaskan konsep triple bottom line (profit, people, planet). Semua dampak yang dihasilkan dari pelaksanaan Program CSR ini bertujuan untuk menjaga harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat lokal.

Kajian ini hendak melihat pelaksanaan perencanaan komunikasi yang dilakukan PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai dalam penyusunan dan implementasi Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif yang dilakukan secara partisipatif. Perencanaan komunikasi yang terjadi dilakukan melalui tahapan – tahapan perencanaan seperti: Fact Finding, Planning, Communicating, dan Evaluation¹. Tahapan-tahapan komunikasi tersebut menjamin pelaksanaan program berjalan sesuai kaidah yang berlaku sehingga pelaksanaannya dapat sesuai dengan tujuan dilaksanakannya CSR oleh PT Pertamina RU II Kilang Dumai.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana bertujuan untuk menggambarkan data melalui kata-kata atau uraian penjelasan yang bersumber pada hasil wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi, rekaman, dan bukti-bukti fisik lainnya.

Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang bersumber dari hasil wawancara dengan sample. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih narasumber yang dipercaya dalam memberikan keterangan dan informasi mengenai perencanaan komunikasi program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif yang dilaksanakan PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai sehingga mendapat informasi yang lengkap. Sample yang dipilih antara lain : Tim CSR PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai,

yang terdiri dari Manager Communication & CSR RU II, Jr. CSR Officer, dan Kelompok masyarakat yang terdiri dari Ketua Kelompok dan Anggota Kelompok ADELIS. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan telaah pustaka. Peneliti mengambil data dalam kurun waktu Maret – April 2018 di Kota Dumai. Karena penelitian ini bersifat deskriptif, setelah semua data terkumpul, berdasarkan pendapat Miles & Huberman maka akan dianalisis menggunakan teknis analisis interaktif yang pada dasarnya terdiri dari tiga komponen, antara lain : Reduksi data (Data Reduction), Penyajian data (Data Display), Penarikan kesimpulan dan verifikasi kesimpulan (Drawing and Verifying Conclusions).

Sajian dan Analisis Data

Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif

Penemuan masalah (Fact Finding) yang menjadi dasar pelaksanaan CSR PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai merupakan hasil dari usulan masyarakat, kajian pihak ketiga melalui Pemetaan Sosial (Social Mapping) dan Koordinasi dengan pemerintah daerah selaku stakeholders perusahaan yang diolah oleh Tim Community Development (Comdev) yang merupakan pelaksana Program CSR di PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai.

Penemuan masalah melalui usulan masyarakat dilakukan melalui metode Participatory Rural Appraisal, yang melibatkan masyarakat dalam menentukan masalah apa yang sedang mereka hadapi. Robert Chambers dalam jurnal *The Origin and Practice of Participatory Rural Appraisal*¹⁴ menyebutkan, Participatory Rural Appraisal adalah pendekatan dan metode untuk mempelajari tentang kehidupan masyarakat dari, dengan dan oleh masyarakat sendiri. Sedangkan Pratiwi menjelaskan Participatory Rural Appraisal adalah suatu pendekatan dalam proses pemberdayaan dan peningkatan partisipasi masyarakat, yang tekanannya pada keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan pembangunan¹⁵. Komunikasi yang terjalin antara PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai dengan masyarakat dalam menemukan masalah ini sesuai dengan pendapat Joseph A. Devito yang mengatakan bahwa komunikasi adalah sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan, atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang terlibat di dalamnya guna mencapai kesamaan makna.

Masalah yang ditemukan antara lain :

- a. Kemiskinan dan Pengangguran terutama bagi Kelompok Perempuan
- b. Rendahnya kapasitas masyarakat dalam berwirausaha
- c. Lemahnya pemberdayaan bagi Kelompok Perempuan

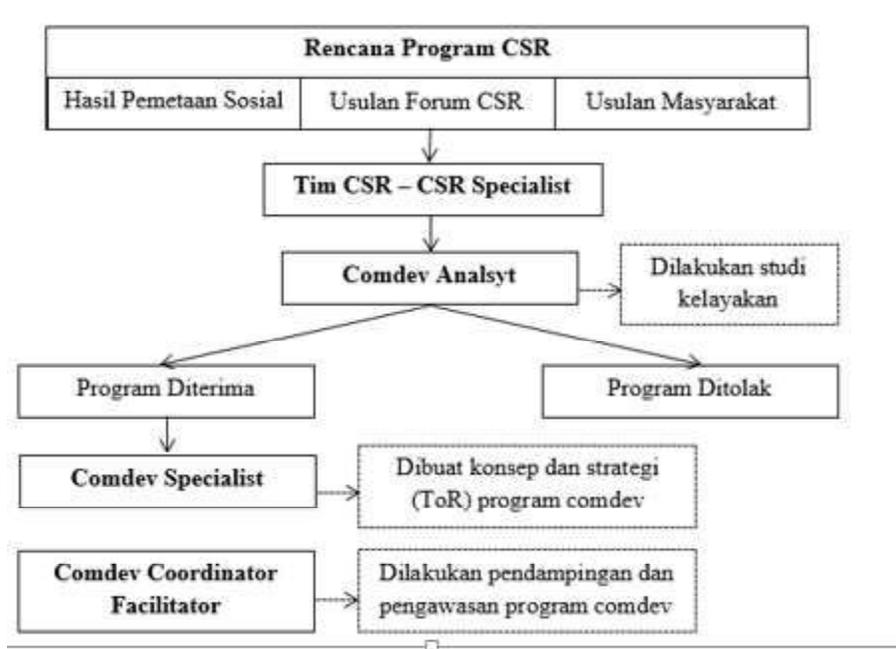
Planning (Perencanaan) Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif

Perencanaan program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai tertuang dalam Rencana Strategis (Renstra) CSR yang disusun untuk tahun 2017 sampai dengan 2021 dan dijabarkan dalam level operasional ke dalam Rencana Kerja (Renja) dan Term of Reference Community Development Program PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai tentang Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif dengan kegiatan menjahit, bordir dan konveksi. Rencana Strategis merupakan instrument penting bagi perusahaan dalam menjalankan operasional kegiatannya CSR-nya agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu. Penetapan rencana strategis ini seperti yang dikatakan Morrisson bahwa penetapan rencana strategis merupakan bagian penting dari kerja Public Relations.

Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif merupakan bentuk dari Program Pemberdayaan Masyarakat (Society Empowerment), yakni program yang bertujuan untuk mengembangkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui berbagai usaha mandiri, sementara perusahaan terlibat dalam memberikan bantuan yang bersifat partisipatoris berdasarkan kebutuhan masyarakat¹⁶. Maka untuk itu dalam tahap perencanaan ditemukan beberapa temuan yang berpengaruh pada tahap perencanaan program antara lain :

- a. Komitmen Perusahaan
- b. Pemetaan Sosial
- c. Usulan Masyarakat
- d. Usulan Pemerintah Daerah (LPMK Kelurahan)

Selain itu juga ditemukan tahap perencanaan program yang digambarkan dalam bagan berikut :



Gambar 1.3 : Tahap Perencanaan Program CSR PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai

Communicating (Pelaksanaan Komunikasi) Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif

Perencanaan Komunikasi dilakukan oleh Tim CSR untuk mengelola komunikasi dengan masyarakat dalam melaksanakan Program CSR terutama kelompok masyarakat yang menjadi mitra binaan PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai. Pada tahap ini, terjadi komunikasi organisasi (Organization Communication) antara perusahaan dan kelompok masyarakat. Melalui perencanaan komunikasi yang dibangun, perusahaan melakukan aktifitas komunikasinya kepada kelompok sasaran dalam tahapan Sosialisasi Program, yang mana Sosialisasi Program tersebut merupakan tahapan untuk membangun hubungan dan berkomunikasi dengan stakeholders terkait, seperti Instansi Pemerintah, Perusahaan, LSM dan masyarakat sekitar. Pada Tahap Sosialisasi Program ini, PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai juga aktif terlibat dalam forum – forum yang diselenggarakan masyarakat untuk lebih dekat dengan masyarakat sehingga aspirasi dan masukan – masukan untuk program bisa terserap dengan baik sesuai dengan prinsip Participatory Rural Appraisal.

Aktifitas Sosialisasi Program oleh Tim CSR PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai juga sesuai dengan penjelasan Schramm mengenai peran penting Lingkungan Sosial (*frame of reference*) dan Konteks Hubungan (*context of relationship*) sebagai dua aspek yang perlu dijaga agar komunikasi berjalan efektif. Tim CSR PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai mencoba untuk menyamakan pemahaman atas permasalahan yang dihadapi masyarakat dan harapan yang ada di masyarakat dengan cara berada sedekat mungkin dengan masyarakat. Kedekatan yang dibangun PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai pada akhirnya menimbulkan modal sosial yang kuat untuk menjalankan program CSR dengan terciptanya *two ways communications* yang lancar dan berkesinambungan. Modal Sosial seperti dikatakan John Field adalah utamanya soal hubungan. Dengan membangun hubungan dengan masyarakat dan menjaganya untuk terus berlangsung, seseorang atau organisasi bisa mencapai berbagai hal yang tidak dapat dilakukan sendirian¹⁷. Lebih lanjut, Putnam mengatakan bahwa dalam hubungannya dengan ekonomi, modal sosial mendorong kinerja ekonomi secara keseluruhan lebih baik dalam masyarakat yang terkait erat daripada masyarakat yang tidak banyak menjalin hubungan¹⁸.

Keterlibatan PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai dalam forum - forum masyarakat menjadi kunci untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat untuk memetakan kebutuhan masyarakat secara bersama - sama. Pada tahap ini terjadi Komunikasi Kelompok (*Group Communication*) yang menurut Fred L. Casmir apabila terjadi di kelompok kecil dapat berinteraksi secara sadar dan personal untuk membicarakan masalah dan tujuan yang ingin dicapai bersama. Membangun kedekatan dan hubungan baik ini seperti konsep kualitas hubungan antar dua orang yang dikemukakan Miller dan Steinber dalam buku Tubbs & Moss yang menyatakan bahwa dalam hubungan antarpersona yang berkualitas tinggi, informasi yang bersifat psikologis lebih penting dibandingkan informasi yang bersifat kultural maupun sosiologis. Sehingga pada praktiknya, tim CSR perusahaan lebih banyak menggali faktor - faktor psikologis, selain tentunya faktor kultural dan sosiologis untuk dapat mengetahui permasalahan yang berkembang dimasyarakat.

Hubungan baik dengan masyarakat inilah yang pada akhirnya menimbulkan hubungan timbal balik (*resiprokal*) antara masyarakat dan perusahaan. Apabila hubungan resiprokal itu tercipta, menurut Nursahid harapannya adalah keamanan operasional perusahaan akan terjadi terutama untuk meminimalkan konflik - konflik antara perusahaan dengan

masyarakat, sehingga perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan selain tentunya untuk membantu dan mengembangkan masyarakat sekitar.

Evaluating (Evaluasi) Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif

Tujuan dari pengawasan dan evaluasi sendiri adalah untuk mengetahui mengenai pelaksanaan kegiatan kehumasan sudah dilakukan sesuai prosedur yang ada atau belum, dan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan kehumasan menghasilkan dampak yang telah direncanakan. Evaluasi Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif yang dilakukan di Kelurahan Jaya Mukti, dengan penerima program Kelompok ADELIS sejauh ini dinilai perusahaan telah menghasilkan dampak positif dalam upayanya meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan kapasitas kelompok perempuan dalam usaha menjahit, bordir dan konveksi.

Berdasarkan data internal perusahaan, dari bantuan yang telah diberikan PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai kepada Kelompok ADELIS sepanjang tahun 2017 sejumlah Rp 149.600.468 yang terbagi dalam beberapa program antara lain Pelatihan Menjahit, Bordir dan Konveksi; Bantuan Sarana Mesin Jahit; Bantuan Desain dan Branding; serta Bantuan Pemasaran Produk Unggulan, menghasilkan beberapa pencapaian, yang terbagi dalam tiga aspek utama, antara lain :

1. Dampak Lingkungan: berkurangnya barang – barang tidak terpakai yang awalnya hanya menjadi sampah, kemudian mampu diolah menjadi barang – barang kerajinan bernilai ekonomis seperti tas, bunga kertas, wadah tisu, bros dan lain – lain.
2. Dampak Ekonomi: munculnya unit usaha baru yang dikelola oleh masyarakat yang awalnya hanya usaha menjahit bertambah menjadi usaha bordir, kerajinan, dan produksi sabun cair serta berdampak pada meningkatnya omzet kelompok pada tahun 2017 sebesar Rp 117.600.000 / tahun dan meningkat sebesar 50% dari tahun sebelumnya, terjadi peningkatan pendapatan di antara anggota menjadi Rp 980.000 / bulan / KK.
3. Dampak Sosial : meningkatnya kapasitas dan kapabilitas masyarakat dalam mengelola unit usaha bersama, meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengolah barang bekas menjadi kerajinan yang bernilai ekonomis, menguatnya ikatan antar anggota, dan meningkatnya lembaga swadaya masyarakat yang terlibat dalam program ini, dari semula tidak

ada lembaga yang terlibat, menjadi 1 (satu) lembaga yang terlibat yaitu Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UNS. Meskipun pelaksanaan perencanaan komunikasi program CSR sudah dilaksanakan sesuai kaidah yang berlaku dan telah mencapai tujuan pelaksanaan program, namun pada praktiknya tetap dijumpai hambatan - hambatan yang terjadi dilapangan baik dikarenakan faktor teknis dan non-teknis. Beberapa hambatan komunikasi yang terjadi antara lain :

- a. Lemahnya peran ketua kelompok sebagai Opinion Leader.
- b. Lemahnya keterlibatan anggota dalam pemecahan masalah.
- c. Lemahnya ketertarikan masyarakat di luar kelompok untuk terlibat dalam kegiatan kelompok.

Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti baik melalui observasi di lapangan, wawancara dengan berbagai narasumber, dan telaah pustaka, maka pada Bab ini peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Fact Finding (Penemuan Masalah) Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif dilakukan oleh Tim CSR PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Dumai yang berada dibawah departemen Communication & CSR. Beberapa masalah yang menjadi dasar pelaksanaan program, antara lain : Mayoritas penduduk yang tinggal di daerah padat penduduk dengan tingkat kemiskinan yang tinggi; Keberadaan kelompok perempuan yang berstatus sebagai pengangguran terbuka karena hanya berperan sebagai ibu rumah tangga dari keluarga miskin; Karena keterbatasan pengetahuan dan informasi, kelompok perempuan tersebut tidak mampu berwirausaha secara kreatif dan produktif dengan memanfaatkan potensi yang ada.

Ketiga permasalahan tersebut yang menjadi dasar pelaksanaan program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif yang bekerja sama dengan kelompok perempuan di Kelurahan Jaya Mukti yang diwakili oleh Kelompok ADELIS.

2. Planning (Perencanaan) Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif dilakukan berdasarkan beberapa hal, antara lain : Komitmen Perusahaan untuk melaksanakan CSR yang kemudian disebut sebagai Community Development (Comdev) tertuang dalam Kebijakan dan Sistem Tata Kelola CSR yang mengatur segala hal yang berkaitan dengan pelaksanaan program - program CSR perusahaan; Perusahaan melakukan Pemetaan Sosial (Social Mapping) secara berkala yang menggandeng pihak eksternal perusahaan agar mendapatkan hasil

yang objektif dalam memetakan permasalahan sosial yang berkembang di masyarakat; Perusahaan menampung usulan masyarakat dalam penyusunan program CSR sebagai bagian dari sumber informasi yang diterima dari masyarakat, karena perusahaan meyakini bahwa program CSR yang dilakukan haruslah usulan dari masyarakat karena masyarakatlah yang mengerti permasalahan yang berkembang di lingkungan mereka dan mengetahui cara terbaik untuk menyelesaikan permasalahan mereka sendiri, pada tahap ini, perusahaan menggunakan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) yaitu dengan melakukan berbagai pendekatan seperti diskusi publik, maupun dengar pendapat di masyarakat; Perusahaan bekerja sama dengan Pemerintah Kota Bontang melalui LPMK Kelurahan Jaya Mukti dan LPPM UNS dalam pendampingan Program CSR sehingga pelaksanaan kegiatan dapat terlaksana sesuai rencana. Keempat hal tersebut menjadi cara bagi perusahaan dalam merumuskan dan merencanakan program – program CSR perusahaan agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan sejalan dengan program Pemerintah Kota Dumai, sehingga program CSR yang dirancang dapat tepat sasaran.

3. Communicating (Pelaksanaan Komunikasi) Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif dilakukan mulai dari tahap sosialisasi hingga pendampingan program dan berjalan secara berkelanjutan. Pelaksanaan Komunikasi Program CSR dilakukan oleh Tim CSR yang terdiri dari Comdev Specialist, Comdev Facilitator, dan Comdev Analyst yang bertugas sebagai perencana, pendamping dan evaluator program. Pelaksana kebijakan CSR perusahaan melakukan komunikasi empatik, sehingga perusahaan berusaha untuk mengetahui lebih dalam mengenai permasalahan yang dihadapi masyarakat, sehingga proses komunikasinya menjadi lebih terarah dan efektif. Pada tahap sosialisasi program, terjadi hubungan resiprokal (saling membutuhkan) baik antara perusahaan dan masyarakat sehingga proses komunikasi dapat berjalan dengan baik. Upaya – upaya pelaksanaan komunikasi tersebut mempunyai tujuan untuk menciptakan suasana harmonis, sehingga dalam pelaksanaan program dapat berjalan dengan lancar dan meminimalkan konflik.

4. Evaluating (Evaluasi) Program CSR Pemberdayaan Perempuan berbasis Usaha Ekonomi Kreatif dilakukan secara berkala oleh Tim CSR melalui mekanisme Monitoring dan Evaluasi (Monev) secara partisipatif sesuai dengan Indikator Kinerja Program Community Development. Keberadaan program ini juga mampu meningkatkan kekuatan kelembagaan masyarakat melalui pembentukan kelompok dan menjadi contoh positif bagi kelompok

perempuan lainnya dalam rangka pengurangan kemiskinan melalui usaha produktif dan kreatif.

Daftar Pustaka

- Chambers, Robert. (1994). The Origins and Practice of Participatory Rural Appraisal. *Journal of World Development* Vol. 22 No. 7.
- Crowther, David & Guler Aras. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Ebook: Ventus Publishing.
- Darrag, Menatallah & Noha El-Bassiouny. 2013. An Introspect into the Islamic roots of CSR in the Middle East: the Case of Savola Group in Egypt. *Social Responsibility Journal*. Vol. 9 No. 3.
- Effendy, Onong Uchjana, M.A. (2014). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Field, John. (2011). *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Jefkins, Frank. (1992). *Public Relations Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, Arni. (2004). *Kajian Faktor - Faktor Penyebab Kerusakan Terumbu Karang di Perairan Bontang Kuala dan Alternatif Penanggulangannya*. Universitas Diponegoro Semarang: Tesis.
- Lattimore, Dan, et.al. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nursahid, Fajar. (2008). *CSR Bidang Kesehatan dan Pendidikan: Mengembangkan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Indonesia Business Link.
- Pratiwi, Wiwik D. (2007). *Participatory Rural Appraisal (PRA)*. Bandung: Presentasi.
- Schramm, Willbur & Robert, D. F. (1971). *The Process and Effect of Mass Communication* (ed). Urbana: University of Illionis.
- Shoemaker, J. Pamela. (1991). *Communication Concept 3: Gatekeeping*. California: Sage.
- Soemanto, Bakdi. 2007. *Sustainable Corporation: Implementasi Hubungan Harmonis antara Perusahaan dan Masyarakat*. Gresik: PT Semen Gresik.
- Susanto, A.B. (2009), *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Erlangga.

Susanto, Phil. Astrid S. (1989). Komunikasi dalam Teori dan Praktik. Jilid III: Hubungan Masyarakat dan Periklanan. Bandung: Binacipta.

Tim Penyusun. (2014). Bontang Dalam Angka 2013. Bontang: BPS Kota Bontang.

Tubbs, Steward L & Sylvia Moss. (2001). Human Communication. Bandung: Remaja Rosda Karya.

KOMUNIKASI PARTISIPATIF DALAM PELAKSANAAN CSR PT. PERTAMINA RU II SUNGAI PAKNING

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi CSR PT Pertamina (Persero) RU II pada
Kelompok Binaan di Kelurahan Sungai Pakning Kecamatan Bukit Batu,
Kabupaten Bengkalis)

Rahmad Hidayat, Siti Imroatus Solekhah, Budi Sri Fitria Alhumaira, Miftah
Faridl Widhagdha

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan melalui sebuah perilaku yang berorientasi pada tanggungjawab masyarakat. Dalam tanggungjawab tersebut, perusahaan sebagai pelaku bisnis memfokuskan perhatiannya pada tiga aspek, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal tersebut difokuskan sebagai kegiatan sebagai kegiatan yang memiliki kesinambungan. Selain itu, kegiatan CSR dilakukan untuk menghindari gejala yang ada di masyarakat sebagai upaya peningkatan citra perusahaan. Menurut A.B Susanto dalam bukunya yang berjudul "Reputation Driven Corporate Social Responsibility" menerangkan bahwa kompetensi perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, diharapkan mampu memberikan manfaat yang besar dan menguntungkan. Secara substansi, CSR dimaknai sebagai kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Secara garis besar CSR memiliki makna bahwa perusahaan memiliki tugas moral untuk berperilaku jujur, taat terhadap hukum, dan menjunjung tinggi integritas (Ardianto, 2011:35).

Menurut World Business Council for Sustainable Development (Business Action for Sustainable Development) dalam Solihin (2009:28) CSR diartikan sebagai komitmen berkelanjutan dari pelaku bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi serta peningkatan taraf hidup bagi pekerja, keluarga, baik bagi masyarakat lokal maupun masyarakat secara luas. Begitupula menurut (Mc William dan Siegel, 2011) CSR secara konvensional diartikan sebagai keterlibatan sosial, responsivitas, dan akuntabilitas perusahaan terlepas dari kegiatan laba mereka dan diluar persyaratan hukum dan apa yang dinyatakan oleh pemerintah. Berdasarkan pengertian diatas, CSR secara umum mempunyai

tujuan sebagai bentuk keterlibatan sosial pelaku bisnis dalam mencapai peningkatan kesejahteraan yang memiliki kualitas hidup pekerja dan masyarakat, utamanya kelompok binaan.

Berdirinya sebuah perusahaan yang berada ditengah-tengah masyarakat tidak terlepas dari berbagai permasalahan yang kompleks. Walaupun demikian, keberadaan perusahaan memiliki manfaat bagi keberlangsungan hidup masyarakat sekitar. Hal tersebut meliputi peningkatan dibidang perekonomian, ketenagakerjaan dan aktivitas lain yang mendukung produktifitas masyarakat. Terlepas dari aktivitas yang dilakukan perusahaan, seringkali menimbulkan polemik di masyarakat. Polemik tersebut terjadi akibat adanya kerusakan lingkungan, selain itu aktivitas operasional yang terjadi di perusahaan mengganggu kehidupan masyarakat. Untuk itu, perusahaan dituntut untuk melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dalam menghadapi masalah sosial di sekitar wilayah operasional perusahaan. Masalah-masalah sosial yang terjadi diantaranya seperti kemiskinan, pengangguran, pendidikan rendah dan kerusakan lingkungan. Sebagai bentuk tanggungjawab yang dilakukan perusahaan, korporasi membentuk tim dan membuat peta tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan Corporate Social Responsibility (CSR).

PT Pertamina (Persero) RU II Kilang Sungai Pakning, merupakan perusahaan minyak dan gas (migas) dengan status Badan Usaha Milik Negara (BUMN), kilang ini berada di Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis tepatnya di Kelurahan Sungai Pakning, Provinsi Riau. Beberapa produk minyak mentah yang dihasilkan oleh PT. Pertamina Sungai Pakning diantaranya bahan bakar minyak (BBM) yaitu Premium, Solar, Pertamina dan lain-lain. Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina Sungai Pakning menjalankan program-program pemberdayaan dan penguatan kapasitas masyarakat dibawah divisi Communication & CSR. Program-program terbentuk dalam beberapa kelompok binaan, antara lain Kelompok Budidaya Tanaman Mangrove Harapan Bersama Desa Pangkalan Jambi untuk Program Revitalisasi dan Konservasi Kawasan Mangrove, Kelompok Tani Tunas Makmur untuk Program Pengembangan Kawasan Pertanian Nanas Terintegrasi, BUMDES Mekar Jaya untuk Program Pengembangan UMKM berbasis Pemberdayaan Perempuan dan 3R Sampah, Forum Komunikasi Lintas MPA (FORKOMPA) untuk Program Mitigasi Kebakaran Hutan dan Lahan berbasis Pemberdayaan Masyarakat. Upaya CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak terlepas dari strategi yang dilakukan, karena strategi tersebut merupakan alat dalam membantu

menjalankan program-program CSR perusahaan. Strategi CSR Kilang Sungai Pakning menggunakan “komunikasi partisipatif” sebagai alat utama dalam membangun hubungan dan kepercayaan kelompok binaan CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning. Strategi ini dijalankan oleh CSR PT. Pertamina Sungai Pakning selama 2 tahun terakhir terhitung tahun 2017 sampai 2018.

Adanya program dan strategi CSR yang dilakukan oleh PT. Pertamina Sungai Pakning memiliki tujuan selain sebagai upaya peningkatan citra perusahaan juga memiliki komitmen berkelanjutan yang mengarah pada tiga aspek utama CSR yakni konsep triple bottom line (profit, people, planet). Strategi komunikasi partisipatif yang dilakukan oleh CSR perusahaan dilakukan sebagai upaya dalam menekan konflik yang timbul di masyarakat dan menjaga harmonisasi yang terjalin antara perusahaan dengan masyarakat sekitar.

Kajian ini memiliki tujuan untuk memaparkan strategi CSR PT. Pertamina Sungai Pakning dalam menjalankan program CSR sebagai bentuk tanggungjawab sosialnya. Upaya tersebut dimulai dengan melakukan pendekatan, temuan masalah dan implementasi strategi CSR yang dilakukan terhadap kelompok binaan. Tahapan-tahapan tersebut dilakukan dengan baik agar sesuai dengan tujuan dan harapan terlaksananya program CSR dengan baik serta dapat menumbuhkan kepercayaan dan membangun hubungan baik antara Perusahaan dengan Masyarakat (kelompok binaan).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, menurut Creswell adalah suatu proses penelitian ilmiah yang dimaksudkan untuk memahami masalah-masalah manusia dalam konteks sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks, melaporkan pandangan terperinci dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam setting alamiah tanpa adanya intervensi apa pun dari peneliti. Esensi dalam pendekatan kualitatif ialah sebuah pendekatan yang membingkai sebuah gambaran dari sebuah peristiwa secara kompleks dalam kehidupan sosial masyarakat.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran dan menguraikan fakta yang bersumber dari proses pengamatan terhadap informan yang telah ditentukan. Informan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive, Menurut Bungin (2007:107) Prosedur purposive dalam menentukan informan ialah salah satu strategi yang paling

umum dalam penelitian kualitatif, yaitu menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu dengan menggunakan key person. Metode purposive dipilih karena ciri-ciri yang dimiliki oleh subyek penelitian memiliki kesesuaian dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Dalam teknik purposive, Peneliti menentukan aktor kunci sebagai informan utama. Aktor kunci tersebut merupakan kelompok binaan CSR PT. Pertamina RU II Kilang Sungai Pakning diantaranya Kelompok Budidaya Tanaman Mangrove Harapan Bersama Desa Pangkalan Jambi untuk Program Revitalisasi dan Konservasi Kawasan Mangrove, Kelompok Tani Tunas Makmur untuk Program Pengembangan Kawasan Pertanian Nanas Terintegrasi, BUMDES Mekar Jaya untuk Program Pengembangan UMKM berbasis Pemberdayaan Perempuan dan 3R Sampah, Forum Komunikasi Lintas MPA (FORKOMPA) untuk Program Mitigasi Kebakaran Hutan dan Lahan berbasis Pemberdayaan Masyarakat. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan pengamatan dalam kurun waktu Mei-Juni 2018 di Kelurahan Sungai Pakning.

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang disebut model interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis. (Miles dan Huberman 1992 dalam Idrus, 2009: 147-148).

Pembahasan

Pendekatan (Approach)

Pendekatan yang dilakukan oleh CSR PT. Pertamina (Persero) RU II kilang Sungai Pakning dilakukan melalui komunikasi partisipatif. Komunikasi partisipatif dipilih sebagai strategi utama dalam implementasi CSR. Hal tersebut dipilih karena dengan menggunakan media komunikasi dapat dijadikan sebagai instrument utama dalam membangun kepercayaan dan menjalin kedekatan dengan Masyarakat dinilai paling efektif. Adanya keterlibatan dari masyarakat dalam forum-forum program CSR secara otomatis menciptakan hubungan emosional antara CSR Pertamina dengan masyarakat. Melalui kedekatan yang dibangun itulah kepercayaan masyarakat terbentuk. masyarakat yang awalnya bersikap apatis terhadap Perusahaan karena terdapat jarak yang cukup mencolok antara Pemodal

dengan Masyarakat yang menjadikan terhalangnya aspirasi masyarakat. Melalui komunikasi partisipatif yang dilakukan oleh CSR Pertamina membuka sekat tersebut sehingga menciptakan ruang publik bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya.

Berdasarkan kajian dari buku yang ditulis oleh Skidmore, et.all (1994) dalam bukunya yang berjudul "introduction to social work, 6th editions". Usaha pertama yang dilakukan untuk mengkoordinasi aktivitas dan aksi komunitas bertujuan untuk mengeliminasi adanya kecurangan-kecurangan yang ada dalam sistem administrasi. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan pelayanan sosial melalui koordinasi dan kerjasama yang dibentuk dengan baik. Dengan menggunakan pendekatan kelompok, akan memudahkan untuk mengimplementasikan program. Berbeda dengan yang dilakukan secara individu, pendekatan secara kelompok dinilai efektif, selain itu penggunaan sumber daya dapat dimanfaatkan dengan efisien. Diantara bentuk-bentuk pendekatan yang dilakukan oleh CSR Pertamina dalam komunikasi partisipatif, sebagai berikut:

- a) Berkunjung ke rumah-rumah kelompok binaan
 - b) Mengajak ketua-ketua kelompok binaan "ngopi"
 - c) Mengunjungi kantor-kantor dan rumah produksi di jam operasional
 - d) Meninjau lahan perkebunan (Kebun Nanas dan Tanaman Mangrove)
1. Anggapan (Perseption)

Persepsi atau anggapan merupakan sebuah respons yang dialami seseorang terhadap pesan yang diterima dan memberikan tafsiran terhadap apa yang telah diterimanya. Dalam implementasi CSR yang dilakukan oleh Pertamina RU II Sungai Pakning tahap ini merupakan hasil penilaian yang diberikan oleh Masyarakat pasca tahap pendekatan yang dilakukan. Pentingnya anggapan yang diberikan oleh Masyarakat menunjukkan adanya umpan balik terhadap kinerja yang dilakukan oleh tim CSR. Melalui tanggapan yang ditunjukkan masyarakat, memudahkan tim CSR dapat melakukan evaluasi terhadap program-program yang telah direncanakan dan dibentuk. Pada tahapan menciptakan persepsi Masyarakat, terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat yaitu : (1). Pelaku persepsi, bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya dan penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individu. (2). Target atau objek, karakteristik-karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. (3). Situasi, dalam hal ini penting untuk melihat konteks objek atau peristiwa sebab unsur-unsur lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita. (Robbins, 2001:89). Berdasarkan

faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap persepsi masyarakat yang telah disebutkan diatas, persepsi yang muncul pada kelompok binaan CSR Pertamina sebagai berikut:

- a) Masyarakat menilai bahwa CSR Pertamina mempunyai keterlibatan langsung dengan Masyarakat.
- b) Masyarakat menilai bahwa CSR Pertamina membangun hubungan harmonis terhadap Masyarakat.
- c) Masyarakat menilai bahwa CSR Pertamina bersikap responsive terhadap isu-isu dan penyelesaian masalah di Masyarakat.
- d) Masyarakat menilai bahwa CSR Pertamina berkontribusi terhadap upaya pembangunan nasional; sumberdaya manusia, keberlanjutan ekonomi, dan kelestarian lingkungan.

2. Tujuan (Goals)

Pada tahap ini, orientasi tujuan menyebabkan timbulnya kepuasan dan terbentuknya motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu atau meraih prestasi yang direncanakan sebelumnya. Adanya tujuan memobilisasi individu terhadap respons yang diterima, sehingga respons tersebut menginterpretasikan seseorang kedalam situasi kerja tertentu dalam mencapai cita-cita yang diharapkan. Menurut Ames dan Archer 1998, dalam Schunk, Pintrich, dan Meece 2008, Orientasi tujuan menentukan bagaimana seseorang berusaha untuk mencapai hasil yang diinginkannya. Sedangkan berdasarkan pendapat Button dan Mathieu dalam VandeWalle, 1999, Hal yang menjadi penentu perbedaan individu terhadap perilaku adalah tujuan. Berdasarkan uraian mengenai orientasi tujuan diatas, maka CSR Pertamina RU II Sungai Pakning memiliki tujuan dalam pelaksanaan program CSR melalui strategi utama yaitu komunikasi partisipatif sebagai berikut:

- a) Terselenggaranya program CSR pada kelompok binaan
- b) Terjalinya mitra binaan CSR
- c) Membentuk citra baik Perusahaan
- d) Mewujudkan tanggungjawab sosial Perusahaan.

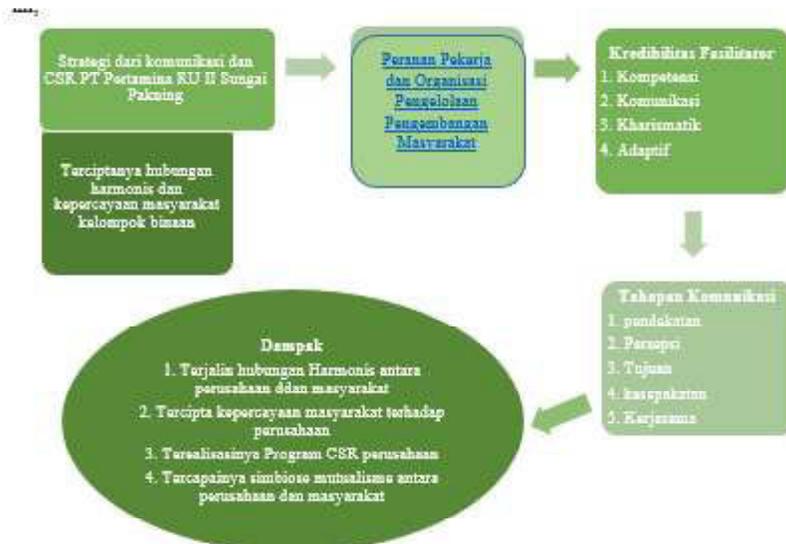
3. Kesepakatan (Enggagement)

Pada tahap kesepakatan dalam sebuah perjanjian dalam bahasan Belanda dikenal dengan *Overeenkomst* yang berasal dari *Overeenkomen* yang setuju atau sepakat (R. Setiawan, 2001: 7). Perjanjian atau kesepakatan terdiri dari kedua belah pihak yang memiliki kepentingan. Dalam istilah lain, perjanjian juga dikenal dengan istilah kontrak yang sama-sama didalamnya disepakati adanya perjanjian-perjanjian diantara kedua belah pihak. Kesepakatan yang dilakukan antara kedua belah pihak disepakati

oleh pihak PT. Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning dengan kelompok binaan CSR dilakukan melalui Forum Group Discussion (FGD) yang selenggarakan di wisma Pertamina RU II Sungai Pakning.

4. Kerjasama (Cooperation)

Kerjasama merupakan salah satu bentuk interaksi sosial. Menurut Abu Ahmadi, kerjasama merupakan usaha bersama dari dua orang atau lebih untuk melaksanakan tugas dalam mencapai tujuan yang diinginkan bersama. Pada implementasi CSR yang dilakukan antara tim CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning dengan kelompok binaan yang telah dibentuk bertujuan untuk menjalin kerjasama secara kooperatif dan bertanggungjawab. Bentuk kerjasama yang dilakukan antar kedua belah berikut disepakati melalui, Pertama kerjasama tertulis yang tertuang dalam perjanjian kerjasama (PKS) yang didalamnya berisi tentang kesepakatan-kesepakatan tertulis antara Perusahaan dengan kelompok binaan. Adanya kerjasama tertulis ini selain sebagai syarat administrasi Perusahaan juga memiliki tujuan sebagai bentuk kerjasama legal. Dengan kerjasama yang bersifat resmi, secara otomatis membentuk komitmen Masyarakat untuk bertanggungjawab terhadap program CSR yang diberikan, bersungguh-sungguh dan bekerja dengan disiplin. Kedua, kerjasama dilakukan dengan dengan realisasi program yang dijalankan bersama-sama secara sinergi antara kelompok binaan dengan tim CSR. Penjelasan secara singkat mengenai hasil penelitian mengenai penerapan komunikasi partisipatif



Gambar. 1 Skema hasil penelitian mengensi penerapan komunikasi partisipatif dalam implementasi program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina Persero RU II Sungai Pakning

dalam implementasi program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina Persero RU II Sungai Pakning dapat dilihat pada Gambar 1

Kesimpulan

Implementasi CSR yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) RU II Kilang Sungai Pakning melaksanakan program-program CSR dengan menggunakan strategi Komunikasi Partisipatif. Dalam praktik tersebut, dilalui dalam lima tahapan, diantaranya sebagai berikut:

1. Pendekatan (Approach)

Pendekatan merupakan tahap awal yang dilakukan oleh CSR Pertamina (Persero) RU II Kilang sungai pakning. Komunikasi partisipatif dipilih sebagai strategi utama dalam implementasi CSR. Hal tersebut dipilih karena dengan menggunakan media komunikasi dapat digunakan sebagai instrument utama dalam membangun kepercayaan dan menjalin kedekatan dengan Masyarakat dinilai paling efektif. Adanya keterlibatan dari masyarakat dalam forum-forum program CSR secara otomatis menciptakan hubungan emosional antara CSR Pertamina dengan masyarakat. Melalui kedekatan yang dibangun itulah kepercayaan masyarakat terbentuk. Diantara bentuk-bentuk pendekatan yang dilakukan oleh CSR Pertamina dalam komunikasi partisipatif, sebagai berikut:

- e) Berkunjung ke rumah-rumah kelompok binaan
- f) Mengajak ketua-ketua kelompok binaan “ngopi”
- g) Mengunjungi kantor-kantor dan rumah produksi di jam operasional
- h) Meninjau lahan perkebunan (Kebun Nanas dan Tanaman Mangrove)

2. Anggapan (Perseption)

Dalam implementasi CSR yang dilakukan oleh Pertamina RU II Sungai Pakning tahap ini merupakan hasil penilaian yang diberikan oleh Masyarakat pasca tahap pendekatan yang dilakukan. Pentingnya anggapan yang diberikan oleh Masyarakat menunjukkan adanya umpan balik terhadap kinerja yang dilakukan oleh tim CSR. Melalui tanggapan yang ditunjukkan Masyarakat, memudahkan tim CSR dapat melakukan evaluasi terhadap program-program yang telah direncanakan dan dibentuk. persepsi yang muncul pada kelompok binaan CSR Pertamina sebagai berikut:

- a) Masyarakat menilai bahwa CSR Pertamina mempunyai keterlibatan langsung dengan Masyarakat.
- b) Masyarakat menilai bahwa CSR Pertamina membangun hubungan harmonis terhadap Masyarakat.

c) Masyarakat menilai bahwa CSR Pertamina bersikap responsive terhadap isu-isu dan penyelesaian masalah di Masyarakat.

d) Masyarakat menilai bahwa CSR Pertamina berkontribusi terhadap upaya pembangunan nasional; sumberdaya manusia, keberlanjutan ekonomi, dan kelestarian lingkungan.

3. Tujuan (Goals)

Pada tahap ini, orientasi tujuan menyebabkan timbulnya kepuasan dan terbentuknya motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu atau meraih prestasi yang direncanakan sebelumnya. Adanya tujuan memobilisasi individu terhadap respons yang diterima, sehingga respons tersebut menginterpretasikan seseorang kedalam situasi kerja tertentu dalam mencapai cita-cita yang diharapkan. CSR Pertamina RU II Sungai Pakning memiliki tujuan dalam pelaksanaan program CSR melalui strategi utama yaitu komunikasi partisipatif sebagai berikut:

a) Terselenggaranya program CSR pada kelompok binaan

b) Terjalinya mitra binaan CSR

c) Membentuk citra baik Perusahaan

d) Mewujudkan tanggungjawab sosial Perusahaan.

4. Kesepakatan (Engagement)

Kesepakatan merupakan sebuah ikatan atau pertalian yang disetujui oleh kedua belah pihak dalam mencapai sebuah tujuan tertentu. Istilah kontrak juga dapat difahami sebagai bentuk kesepakatan lain. Pada kajian ini, kesepakatan yang dilakukan antara kedua belah pihak disepakati oleh pihak PT. Pertamina (Persero) RU II Sungai Pakning dengan kelompok binaan CSR dilakukan melalui Forum Group Discussion (FGD) yang diselenggarakan di wisma Pertamina RU II Sungai Pakning.

5. Kerjasama (Cooperation)

Pada implementasi CSR yang dilakukan antara tim CSR PT. Pertamina RU II Sungai Pakning dengan kelompok binaan yang telah dibentuk bertujuan untuk menjalin kerjasama secara kooperatif dan bertanggungjawab. Bentuk kerjasama yang dilakukan antar kedua belah berikut disepakati melalui, Pertama kerjasama tertulis yang tertuang dalam perjanjian kerjasama (PKS) yang didalamnya berisi tentang kesepakatan-kesepakatan tertulis antara Perusahaan dengan kelompok binaan. Kedua, kerjasama dilakukan dengan dengan realisasi program yang dijalankan bersama-sama secara sinergi antara kelompok binaan dengan tim CSR.

Saran

Berdasarkan praktik komunikasi partisipatif yang dilakukan oleh CSR PT. Pertamina (Persero) RU II Kilang Sungai Pakning dalam merealisasikan

program-program CSR dinilai cukup berhasil, untuk itu strategi tersebut dapat diterapkan pada penerapan program-program CSR bagi perusahaan-perusahaan lain.

Daftar Pustaka

- Abu Ahmadi. (2004). *Sosiologi Pendidikan*. PT. Rineka Cipta: Jakarta.
- Ames, C., & Archer, J. (1988). Achievement goals in the classroom: Students' learning strategies and motivation processes. *Journal of Educational Psychology*, 80(3), 260-267.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hamijoyo. S. S. (2005). *Komunikasi Partisipatoris. Pemikiran dan Implementasi Komunikasi dalam Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Kartono, Kartini. (1984). *Psikologi Umum*. Bandung: Alumni Bandung.
- Robbins, P. Stephen. (2001). *Perilaku Organisasi, Jilid 1*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- R. Setiawan, (1987), *Pokok-pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung.
- Skidmore, et.all (1994) "Introduction to Social Work, 6th editions". New Jersey, Prentice-Hall.
- Nasdian, F.T. (2014). *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Walgito, Bimo. (1994). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offsed.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Winara, Asep. (2010). *Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility-CSR)*. Jakarta: Tim Teknis Pembangunan Sanitasi (TTPS).

KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA BUDAYA

Christina Rochayanti, Ida Wiendijarti, Kuswarsantyo, Rosalia Indriyati
Saptatiningsih

Pendahuluan

Budaya lokal sebagai jati diri sebuah bangsa merupakan nilai yang sangat penting dan tidak dapat dikesampingkan peranannya. Untuk itu, budaya lokal harus tetap dijaga serta diwariskan dengan baik agar budaya bangsa tetap kokoh dan utuh sampai kapanpun. Menurut Wardoyo (Kepala Seksi Adat Tradisi Dinas Kebudayaan DIY)...”desa budaya lebih berfokus pada perawatan kebudayaan setempat. Kriteria desa budaya di Yogyakarta harus memiliki potensi seni budaya, potensi kuliner, kerajinan, adat istiadat, warisan budaya serta bahasa”. Penetapan desa Banjarharjo sebagai desa budaya ternyata juga di dukung oleh warga, hal ini ditunjukkan dengan berhasilnya desa Banjarharjo melestarikan budaya lokal khususnya dibidang seni pertunjukan, kuliner dan adat tradisi. Hasil penelitian Rochayanti dan Triwardani (2013, 2014 dan 2015), menunjukkan bahwa desa Banjarharjo berhasil melestarikan seni pertunjukan khususnya seni tari jatilan. Kelompok seni tari Jatilan masih menjadi potensi budaya yang terus aktif dan didukung warga desa baik kaum muda, anak-anak dan para orang tua sekalipun gerakan dan koreografinya belum dikemas dengan baik. Seperti pernyataan Sedyawati (2012: 296) bahwa “Penguasaan teknik yang benar disertai pemahaman akan nilai -nilai keindahan serta makna-makna simbolik yang mungkin terkandung dalam tari akan dapat meningkatkan menghayatan tari pada si seniman, maupun penikmatan tari pada apresiatornya”.

Dengan demikian karya tari dapat memiliki kedalaman makna dan keindahan komposisinya untuk dinikmati dan dihayati dengan baik oleh penarinya. Pada intinya bagaimana meningkatkan mutu gerakan tari dan “keluasaan bekal seniman” (Sedyawati, 2012:296). Tradisi adat istiadat yang masih lestari seperti nyadran, wiwit, daur hidup manusia masih dijalani dan dilaksanakan seluruh warga. Kuliner sebagai makanan khas yang berkembang di wilayah ini juga cukup beragam, seperti slodok makanan yang berbahan dasar ketela pohon menjadi produk pendukung kesejahteraan ekonomi keluarga. Sebagai temuan penting bahwa kelompok seni pertunjukan jatilan menjadi potensi budaya paling kuat karena hampir ada kelompok seni di setiap pedukuhan di desa Banjarharjo. Dengan dukungan semua kalangan mulai anak-anak sampai orang dewasa

yang terlibat, potensi seni ini menjadi modal sosial dalam masyarakat Banjarharjo. Seni Jatilan desa Banjarharjo belum memiliki sentuhan estetika dalam kemasan seni pertunjukan karena gerakan tarian, kostum dan iringan musik masih sangat sederhana. Pertunjukan Jatilan yang kerap ditampilkan pada acara tertentu warga desa seperti pernikahan, Agustusan atau pentas seni lainnya masih dalam lingkup wilayah desa Banjarharjo dan sekitarnya. Selanjutnya hal ini membuat seni jatilan yang ada kurang memiliki nilai estetika yang baik dan menarik, karena mereka hanya mengandalkan hapalan dan gerakannya juga berdasarkan warisan dari pendahulunya yang tidak ada sentuhan yang baru. Keadaan ini yang membuat perhatian bagaimana caranya agar seni jatilan bukan hanya kegiatan sosial tetapi juga memiliki seni pertunjukan yang baik. Pengertian seni pertunjukan

Kegiatan bernilai seni yang melibatkan para penampil (performers) yang menginterpretasikan suatu materi kepada penonton (audiences); baik melalui tutur kata, musik, gerakan, tarian dan bahkan akrobat. Unsur terpenting dari seni pertunjukan adalah terjadinya interaksi secara langsung (live) antara penampil dan penonton, walaupun elemen pendukung seperti film atau materi rekaman termasuk di dalamnya.

<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/wp-content/uploads/2015/07/Rencana-Pengembangan-Seni-Pertunjukan-Nasional.pdf>
akses 1 Juli 2018)

Pelebagaan seni pertunjukan Jatilan di desa Budaya diharapkan dapat menjadi model kelompok seni pertunjukan yang memiliki standar tata kelola pada tata gerak koreografi, tata rias, tata irama musik dan tata busana yang menjadi kesatuan seni pertunjukan yang bernilai seni tinggi sekaligus nilai ekonomi bagi pelaku seni budaya Jatilan. Pelebagaan seni pertunjukan jatilan ini diharapkan menjadi perwakilan seni pertunjukan yang dikelola desa Budaya dan menjadi ikon seni dalam desa budaya Banjarharjo. Sebagai temuan penting bahwa kelompok seni pertunjukan jatilan menjadi potensi budaya paling kuat karena hampir ada kelompok seni di setiap pedukuhan di desa Banjarharjo. Dengan dukungan semua kalangan mulai anak-anak sampai orang dewasa yang terlibat, potensi seni ini menjadi modal sosial dalam masyarakat Banjarharjo. Seni Jatilan desa Banjarharjo belum memiliki sentuhan estetika dalam kemasan seni pertunjukan karena gerakan tarian, kostum dan

iringan musik masih sangat sederhana. Pertunjukan Jatilan yang kerap ditampilkan pada acara tertentu warga desa seperti pernikahan, Agustusan atau pentas seni lainnya masih dalam lingkup wilayah desa Banjarharjo dan sekitarnya.

Penelitian ini bertujuan untuk pelembagaan seni pertunjukan sebagai pelestari budaya lokal di desa budaya, sebagaimana keputusan Surat Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Kapasitas desa menurut Kolopaking (2011: 136) digerakkan oleh tiga aras kerja yang saling terkait; 1) Aras individu yang meliputi kemahiran dan kualifikasi individu menyokong kinerja desa, biasanya meliputi uraian pekerjaan, motivasi dan sikap kerja; 2) Aras kelembagaan atau organisasi, yang meliputi kejelasan proses dan budaya kerja; 3) Aras sistem yang diarahkan untuk menetapkan pembatasan dan kerangka penguatan beragam unsur dalam meningkatkan mutu desa. Semua itu berkaitan dengan persoalan peningkatan manajerial pengelolaan kegiatan. Pelembagaan seni pertunjukan juga untuk mendukung arus globalisasi dan perkembangan ekonomi menurut Rencana Strategis Penelitian LPPM UPN "Veteran" tahun 2016-2020 tentang peluang dan tantangan bagi perguruan tinggi di masa depan untuk dapat berperan aktif baik di tingkat domestik, regional, maupun internasional dalam rangka mendukung tujuan pembangunan nasional. Kuatnya arus globalisasi dan perkembangan ekonomi menuntut Bangsa Indonesia memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang profesional dalam segala bidang. Desa budaya membutuhkan penguatan seni budaya melalui pelembagaan seni pertunjukan seperti seni tari jatilan dalam upaya melestarikan budaya lokal. Seni pertunjukan jatilan sebagai salah satu modal sosial yang dimiliki masyarakat Banjarharjo dengan kuantitas dan kualitas yang cukup baik perlu adanya penguatan seni pertunjukan yang bernilai sosial maupun bernilai ekonomi.

Sebaran kelompok seni Jatilan di wilayah desa Banjarharjo dengan tata kelola yang tidak seragam dengan standar pengelolaan seni pertunjukan dasar justru menimbulkan persaingan yang tidak sehat di antara kelompok seni tersebut. Pemberdayaan warga desa dalam suatu gerakan sosial bersama dalam penguatan kelompok seni Jatilan menjadi kekuatan pendukung yang penting dalam pelestarian budaya lokal. Pelembagaan seni pertunjukan Jatilan binaan yang terlembaga di desa Budaya diharapkan dapat menjadi model kelompok seni pertunjukan yang memiliki standar tata kelola pada tata gerak koreografi, tata rias, tata irama musik serta tata busana yang menjadi kesatuan seni pertunjukan yang

bernilai seni tinggi sekaligus nilai ekonomi bagi pelaku seni budaya Jatilan. Pelembagaan seni pertunjukan jatilan sebagai bentuk komunikasi pembangunan dan perberdayaan masyarakat desa, diharapkan menjadi perwakilan seni pertunjukan yang dikelola desa Budaya dan menjadi ikon seni dalam desa budaya Banjarharjo Kalibawang Kulon Progo DIY. Penelitian ini memberikan aplikasi praktis pada pelembagaan seni pertunjukan di desa budaya sebagai kelompok seni binaan dan mendorong adanya gerakan sosial di kalangan masyarakat desa Budaya untuk mengupayakan secara bersama-sama pelembagaan satu potensi budaya lokal khususnya seni pertunjukan Jatilan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Participatory action research* atau disingkat PAR merupakan penelitian yang melibatkan secara aktif semua pihak-pihak yang relevan (stakeholders) dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (dimana pengalaman mereka sendiri sebagai persoalan) dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik. Dalam PAR perlu melakukan refleksi kritis terhadap konteks sejarah, politik, budaya, ekonomi, geografis dan konteks lain-lain yang terkait (Agus Affandi, 2014:91). Dengan kata lain, *Participatory Action Research* (PAR) yaitu metode riset yang dilaksanakan secara partisipatif di antara warga masyarakat dalam suatu komunitas aras bawah yang semangatnya untuk mendorong terjadinya aksi-aksi transformatif melakukan pembebasan masyarakat dari belenggu ideologi dan relasi kekuasaan (perubahan kondisi hidup yang lebih baik). Pada konteks penelitian ini, pelibatan pengelola desa budaya dalam pelembagaan seni pertunjukan jatilan di desa budaya merupakan upaya melestarikan budaya lokal sangat dibutuhkan.

Hasil Penelitian dan Diskusi

Banjarharjo merupakan satu dari tiga desa di wilayah Kecamatan Kalibawang Kabupaten Kulon Progo. Pusat Desa Banjarharjo berjarak 35 km arah utara ibu kota kabupaten Kulon Progo, yang dapat diakses dengan jalur darat selama 20-30 menit perjalanan melalui jalan provinsi. Letak Desa Banjarharjo di sebelah selatan ibu kota kecamatan Kalibawang dengan jarak 2 km. Secara administratif, pusat pemerintahan Desa Banjarharjo tercatat dengan alamat Jl. Sentolo-Muntilan Km 20 Kalibawang, dengan kode pos 55672. Desa Banjarharjo

mempunyai luas wilayah 1234,56 Ha yang terbagi atas 22 pedukuhan. Selain berbatasan dengan sesama desa di wilayah kecamatan Kalibawang yaitu Desa Banjarasri di sebelah selatan dan barat, desa Banjaroya di sebelah utara, Desa Banjarharjo juga berbatasan langsung dengan wilayah kabupaten lain yaitu Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Sleman D.I. Yogyakarta di sebelah timur. Desa Banjarharjo dialiri dua aliran sungai, yaitu sungai Krawang dan sungai Klepu yang alirannya masih alami dan satu saluran irigasi yang mengalir sejajar. (<http://desabanjarharjo.blogspot.com/>, 9 Oktober 2013).

Para seniman di desa budaya merupakan unsur penting, melalui seni pertunjukan maka masyarakat bisa bersatu dan tidak memandang ras, agama. Pelaku seni mendapatkan tempat yang penting untuk tetap lestarnya budaya lokal. Semangat para pelaku seni sangat luar biasa, meskipun dukungan sarana dan prasarana sangat minim, namun karena ingin tetap melestarikan seni budaya lokal maka mereka akan melakukan apa saja. Pengorbanan itu termasuk waktu, pikiran dan juga keuangan. Dana sangat dibutuhkan untuk mengembangkan seni itu. Selama ini dukungan dana ditanggung bersama-sama dengan warga sekitar. Modal semangat yang ditunjukkan para pelaku seni di desa budaya perlu didukung, tanpa dukungan dan pembinaan maka seni budaya ini tidak mungkin akan lestari. Desa budaya telah ditetapkan oleh pemerintah melalui SK Gub. Nomor 325/KPTS/1995, tidak semua warga memahami arti penetapan tersebut. Namun berdasarkan informasi dari anggota dewan kebudayaan kecamatan untuk tahun ini akan ada pembinaan dari kalangan akademisi untuk pembinaan berkesenian di wilayah DIY. Desa budaya Banjarharjo memiliki ragam seni budaya, namun yang masih tetap ada dan berkembang adalah seni pertunjukan jatilan. Seni pertunjukan khususnya jatilan merupakan seni budaya yang masih ada dan berkembang dengan baik. Di desa budaya Banjarharjo ada sekitar lima group jatilan yang masih ada yaitu Turonggo Mudo, Ngesti Budoyo, Bekso Turonggo Mudo, Panji Laras dan Campur Putro Menorek.

Pertunjukan Jathilan merupakan pertunjukan rakyat yang menggambarkan kelompok orang pria atau wanita sedang naik kuda dengan membawa senjata yang dipergunakan untuk latihan atau gladi perang para prajurit. Kuda yang dinaiki adalah kuda tiruan yang terbuat dari bambu, disebut jaran kepang atau kuda lumping. Jumlah penari Jathilan seluruhnya

bisa mencapai 30-an orang, meliputi tokoh raja, prajurit, raksasa, Hanoman, penthul, dan barongan. Khusus penari utama yang membawa kuda lumping sekitar 10 orang atau 5 pasangan. (Sutiyono, 2009:2)

Tarian jathilan biasanya mencapai puncaknya dengan adanya penari yang kesurupan (*ndadi*), hal ini disebabkan memang disengaja agar menarik perhatian, dan para sesepuh memang mengundang roh halus yang tahu seni untuk datang dan masuk dalam tubuh salah satu penari. Penari kemudian akan diberi makan kembang atau minum air dengan cara seperti kuda, kemudian mereka akan berguling-guling ditanah. Dengan demikian “seni tradisional ini memiliki nilai magis” (Sutiyono, 2009:2).

Latihan gerakan dan tata iringan

Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan melatih gerakan tari dengan melakukan penguasaan gerakan yang lebih baik. Latihan gerakan dilakukan untuk memperbaiki gerakan yang memiliki estika panggung yang lebih baik, juga koreografer panggung dengan tata organisasi yang lebih baik. Gerakan tari diharapkan bukan hanya hapalan tetapi juga ada gerakan yang sesuai dengan gaya Yogyakarta. Perbaikan gerakan ini dibantu oleh mahasiswa seni tari yang menguasai tarian jatilan sebagai ikon desa budaya. Jatilan ini sebagai seni tari tarian rakyat yang memang berkembang di sekitar desa di sekitar Yogyakarta. Seperti pernyataan Sedyawati (2012: 296) bahwa “Penguasaan teknik yang benar disertai pemahaman akan nilai-nilai keindahan serta makna-makna simbolik yang mungkin terkandung dalam tari akan dapat meningkatkan penghayatan tari pada si seniman, maupun penikmatan tari pada apresiatornya”. Dengan demikian karya tari dapat memiliki kedalaman makna dan keindahan komposisinya untuk dinikmati dan dihayati dengan baik oleh penarinya.

Gerakan tari jatilan selama ini hanya berdasarkan warisan dari pendahulunya dan itu tidak ada pembaharuan dan kurang memiliki nilai estika sebagai seni pertunjukan yang standar. Hal ini terjadi karena tinggat pentas hanya di wilayah desa saja, mereka jarang mendapatkan kesempatan pentas di luar desa budaya sendiri, di samping itu juga karena banyak peserta yang terlibat. Kelemahan saat ini mereka hanya mau pentas tetapi untuk latihan kurang berminat, mereka menganggap latihan itu tidak penting toh karena ketika pentas gerakannya ya seperti biasanya saja.

Tata iringan termasuk juga membutuhkan sentuhan karena agar lebih baik, selama ini iringan untuk kelompok jatilan memang hanya

standarnya ada, tetapi perlu diperbaiki agar lebih berirama yang dinamis dan rampak. Kebetulan anggota penelitian ini juga berasal juga tata iringan atau seni kerawitan. Tata iringan mengalami kendala karena penabuhnya kebanyakan para orang tua sementara gerakannya membutuhkan tenaga untuk ritme yang cepat, namun berkat semangat warga dan pelatih maka usaha untuk memperbaiki. Di samping gerakan dan tata iringan yang perlu diperbaiki tetepi juga pelatihan manajemen pengelolaan organisasi seni termasuk mengelola latihan sumber daya manusia (SDM) untuk regenerasi anggota, pementasan dan juga keuangan. Kelemahan organisasi seni adalah mengelola uang karena belum bisa mengembangkan organisasi lebih profesional. Pelatihan professional organisasi seni dengan memberikan mengelola panggung, tata kostum atau busana untuk penari dan penabuh. Di samping itu juga pelatihan bagaimana mengelola organisasi harus lebih professional yaitu dengan mengembangkan seni lokal tetapi bisa menjadi nasional.

Pelatihan Organisasi Seni

Di samping latihan gerakan dan tata iringan pelebagaan seni pertunjukan jatilan juga diberi kan pelatihan pengelollan orgnaisasi. Pengelolaan organisasi seni perlu diperbaiki bukan hanya gerakan dan tata iringan tapi juga ada pengelolaans umber daya manusia. Mengelola organisasi seni juga harus lebih professional sehingga organisais ini bisa lebih maju dan dikelola dengan baik. Keluhan yang ada selama ini adalah mengelola sumber daya manusia dan keuangan. Keuangan ini meskipun belum banyak namun perlu dikelola dengan baik dan profesional. Professional ini meliputi melakukan latihan, mengelola pentas dan juga bagaimana mencari sponsor, selama ini mereka hanya pentas di sekitar desa saja belum berani pentas di luar desa sendiri. Pengelolaan organsiasi seni harus berubah karena selama ini seniman seringkali bertindak superman karena semuanya dikerjakan oleh seniman, hal seperti ini perlu ditinggalkan supaya organisasi seni perlu diperbaiki.

Kesimpulan

Komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan warga desa budaya untuk melestarikan seni budaya lokal jatilan. Seni jatilan merupakan ikon desa budaya membutuhkan perbaiki gerakan dan tata iringan, tata busana emun membutuhkan waktu dan kesabaran untuk memajukan sehingga seni jatilan memiliki standard seni pertunjukan.

Kegiatan berkesenian merupakan komunikasi pembanguna warga di bidang seni budaya diharapkan seni budaya lokal dpaat memunculkan rasa bangga dan rasa cinta budaya sendiri.

Daftar Pustaka

Abdullah, Irwan, 2007, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar
Burhan Bungin, (2001), *Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Varian Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Hasil Penelitian – Rochayanti, Christina, 2008, *Komunikasi Antarbudaya dalam Keluarga Jawa*, Hibah Bersaing-Dikti.

Hasil Penelitian – Rochayanti , Christina dan Reny Triwardani, 2013-2014, *Model Pelestarian Budaya Lokal melalui Desa Budaya*

Kolopaking, Lala M. 2011. *Peningkatan Kapasitas dan Penguatan Struktur Kelembagaan Otonomi Desa*. Dalam buku Menuju Desa 2030, editor Arif Satria, Erman Rustadi dan Agustina M Purnomo. Yogyakarta. Pohon Cahaya.

Kusumastuti, Ayu, 2015, *Modal Sosial dan Mekanisme Adaptasi Masyarakat Pedesaan dalam Pengelolaan dan Pembangunan Infrastruktur*, <file:///E:/jurnal%20Masyarakat.pdf>, Pusat Kajian Sosiologi FISIP Universitas Indonesia.

Kuntjara, Esther, 2006, *Penelitian Kebudayaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta

Moleong, Lexy, 2008, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
Nana Syaodah Sukmadinata, (2009), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Rosdakarya.

Nuryanti, Wiendu. 1993. *Concept, Perspective and Challenges*, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya – Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal 2-3

Sanapiah Faisal, (2001), *Format-format Penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
Sutrisno, Mudji dan Hendar Putranto (editor), 2009, *Teori-Teori Kebudayaan*, Yogyakarta, Kanisius

Roqip, Moh. ,2007, *Harmoni dalam Budaya Jawa*, Purwokerto, STAIN Purwokerto Press.
Suharto, Edi, 2013, *Kebijakan Sosial*, Bandung, Alfabeta.

Sedyawati, Edi. 2012. *Budaya Indonesia, Kajian Arkeologi, Seni dan Sejarah*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.

Situs website:

<http://hartiningrum.blogspot.com/2010/10/peran-kebudayaan-daerahmemperkokoh.html> akses April 2011

<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2009/10/peran-budaya-lokal-memperkokohbudaya-bangsa.html> akses April 2011

www.pagaralam.go.id akses April 2011

Jurnal Gema Wisata [Home](#) > [Vol 13, No 1 \(2017\)](#) > Sri [Mulyani](#) dan Edipeni <http://stiepari.greenfrog-ts.co.id/jurnal/index.php/JT/index>

Jurnal Seni Tari [Vol 5 No 1 \(2016\)](#), **Widya Susanti** Jurusan Sendratasik Universitas Negeri Semarang, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jst/about/contact>

RESITAL : JURNAL SENI PERTUNJUKAN , Kuswarsantyo, Haryono dan Soedarsono, Vol 11, No 1 (2010): Juni, <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=132562>, ISI Yogyakarta

Jurnal Kajian Seni VOLUME 01, No. 01, November 2014: 48-59, Kuswarsantyo, UGM. Yogyakarta, <https://jurnal.ugm.ac.id/jks>

<https://www.neliti.com/id/journals/jurnal-pikom?page=3> 10 Juli 2018

<http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/issue/view/1707> 10 Juli 2018

**KOMUNIKASI FORUM PENGELOLAAN HUTAN
BERSAMA MASYARAKAT(PHBM) ATAU HUTAN SOSIAL
DALAM MENGEMBANGKAN HUTAN BERKELANJUTAN
DI KESATUAN PEMANGKUAN HUTAN (KPH)
BANYUMAS TIMUR**

Ch. Herutomo

PENDAHULUAN

Sumberdaya alam dan lingkungan hidup termasuk hutan merupakan suatu yang sangat vital bagi kehidupan umat manusia dan makhluk hidup lainnya. Sumber daya alam menyediakan sesuatu yang diperoleh dari lingkungan fisik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, sedangkan lingkungan merupakan tempat dalam arti luas bagi manusia dalam melakukan aktifitasnya. Untuk itu, pengelolaan sumberdaya hutan seharusnya mengacu kepada aspek konservasi dan pelestarian lingkungan. Eksploitasi sumber daya hutan yang hanya berorientasi ekonomi hanya membawa efek positif secara ekonomis tetapi menimbulkan ancaman bagi kelangsungan kehidupan umat manusia.

Dalam perkembangannya kemudian, hutan bahkan lebih banyak dipandang sebagai sumber kegiatan ekonomi.(Johnson,1999). Hasil hutan yang diperoleh tidak lagi diorientasikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (konsumsi) melainkan diperdagangkan sebagai sumber pendapatan. Kenyataan bahwa hutan lebih dianggap sebagai sumber pendapatan kemudian telah menjadikan hutan rentan akan degradasi (perubahan kondisi atau mutu hutan) dan deforestasi (perubahan tutupan wilayah hutan dari berhutan menjadi tidak berhutan). Kemiskinan dan kerentanan sosial penduduk sekitar hutan yang masih relative tinggi telah mengakibatkan kondisi hutan semakin parah , akibatnya perusakan hutan seperti perencekan, pencurian kayu sampai illegal logging menjadi praktek yang masih sering terjadi (Supriyadi 2002)

Melihat kondisi kerusakan hutan saat ini yang semakin mengkhawatirkan maka kemudian muncul model pengelolaan hutan yang tidak lagi didominasi negara melainkan diarahkan pada pengelolaan hutan berbasis komunitas atau dikenal sebagai *comanagement approach*. Pada umumnya di negara berkembang, *co-management approach* telah menjadi tren kebijakan publik dalam merespon permasalahan pengelolaan hutan

negara seperti penjarahan hutan , illegal logging, kemiskinan masyarakat sekitar hutan .

Social forestry atau hutan sosial yang di Indonesia di formulasikan dalam Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) merupakan model implementasi pengelolaan hutan berbasis masyarakat (Andayani, 2001). Dalam PHBM ada unsur pendukung yaitu komunikasi forum PHBM . Kinerja komunikasi forum dapat dinyatakan efektif apabila memenuhi tiga syarat sebagai berikut: (1) pesan-pesan yang disampaikan harus mudah dipahami, (2) komunikator mempunyai kredibilitas di mata komunikan, (3) komunikasi harus mendapatkan umpan balik secara optimal.

Khusus komunikasi inovasi , komunikasi dikatakan efektif apabila terjadi adopsi inovasi dan perubahan sikap dan tingkah laku individu (Rogers 1995). Adopsi dalam tulisan ini diformulasikan sebagai wujud penyerapan inovasi program PHBM, yang proses difusinya melalui saluran komunikasi interpersonal antara masyarakat desa hutan. .

METODE PENULISAN

Metode penulisan ini mengambil bentuk diskriptif kualitatif, sedangkan data yang diperlukan berupa data sekunder dan data primer. . Data primer diperoleh melalui Focused Group Discussion (FGD) yang melibatkan unsur Perum Perhutani KPH Banyumas Timur dan para stake holder, seperti Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) dan Masyarakat Desa Hutan (MDH) sekitar KPH Banyumas Timur .

Selain FGD dilakukan juga pencarian data melalui wawancara mendalam, untuk itu dilakukan dengan pertanyaan yang bersifat terbuka (*open-ended*), dan mengarah pada kedalaman informasi, serta dilakukan dengan cara yang tidak secara formal terstruktur. Usaha ini berguna untuk menggali pandangan subjek yang akan diteliti, dengan sasaran mencakup banyak hal yang sangat bermanfaat, dan untuk menjadi dasar bagi penggalan informasi secara lebih jauh, lengkap, dan mendalam.

Selain itu juga melakukan observasi yaitu pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung bagaimana proses komunikasi yang terjadi dalam komunikasi forum PHBM. Pengamatan mengoptimalkan kemampuan penulis dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar dan kebiasaan responden. Untuk mendapatkan data yang valid, penulis menggunakan triangulasi sumber. Menurut (Sugiyono 2005), triangulasi sumber untuk mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan

suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton, dalam Moloeng, 2007). Triangulasi sumber dilakukan dengan cara: membandingkan data hasil pengamatan dengan data wawancara, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi atau dokumen yang berkaitan.

Untuk menjawab tujuan penelitian, maka digunakan analisa model interaktif yang artinya peneliti harus siap bergerak diantara empat sumbu kumparan penelitian yaitu selama proses pengumpulan data dan selanjutnya peneliti bergerak bolak-balik di antara kegiatan reduksi, penyajian, dan verifikasi (Milles dan Huberman, 1992).

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Forum Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) atau hutan sosial merupakan salah satu bentuk komunikasi lingkungan yang bertujuan untuk mengembangkan hutan lestari atau hutan berkelanjutan. Komunikasi lingkungan menurut (Robert Cox, 2010) merupakan media pragmatis dan konstruktif untuk memberi pemahaman kepada masyarakat mengenai lingkungan yang menyangkut strategi pengemasan pesan untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan. Proses komunikasi lingkungan dalam komunikasi forum biasanya terjadi gejala perilaku spontan, *scripted* dan *contrived*. Efektivitas komunikasi forum ini terletak pada pola sifat komunikasi yang dialogis, umpan balik komunikasi yang tinggi dan sejauhmana relevansi antara pola komunikasi dengan kondisi sosial budaya dan psikologis masyarakat desa hutan. Komunikasi yang efektif menurut (Susanto, 1989) dapat dilihat dari prosentase masyarakat yang dapat dipengaruhi dengan tidak terpengaruh dan efeknya pada masyarakat baik kognitif, afektif maupun konatif. Pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development* menurut (Soemarwoto, 1991) menggambarkan adanya saling ketergantungan antara pembangunan dan lingkungan yang telah setengah abad menjadi perhatian serius dari negara-negara di dunia. Pembangunan berkelanjutan dirumuskan sebagai proses pembangunan yang tidak boleh melampaui daya dukung lingkungan termasuk hutan sehingga fungsi ekologi dan ekonomi hutan selalu terjamin, maka pengelolaan sumber daya hutan harus selalu mengacu pada pelestarian lingkungan dan konservasi (Soerjani, 1997).

Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33 mengamanatkan bahwa bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai negara dan digunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.

Undang Undang Nomor 41 tahun 1999 tentang Kehutanan ditetapkan bahwa hutan sebagai salah satu penyangga kehidupan dan sumber kemakmuran rakyat maka hutan harus dijaga daya dukungnya secara berkelanjutan . Dikelola dengan akhlak mulia dan harus memenuhi azas kerakyatan dan keadilan, azas kebersamaan dan keterbukaan dan azas keterbukaan dan keterpaduan .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi forum Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) atau *social forestry* efektif sebagai wahana pencapaian tujuan PHBM karena komunikasi forum PHBM ini merupakan sarana pendekatan kolaboratif atau silaturahmi yang berbasis pada masyarakat desa hutan, selain itu juga berfungsi sebagai sarana untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan di PHBM, serta menggali solusi-solusi praktis. Sebagai pendekatan kolaboratif komunikasi forum PHBM melibatkan semua stake holder, menghormati legitimasi lembaga yang ada dan dapat memecahkan permasalahan manajerial. Pola komunikasi yang efektif komunikasi forum PHBM dalam mengembangkan hutan berkelanjutan atau hutan lestari dapat dilihat pada gambar berikut



Dilihat dari fungsi komunikasi komunikasi forum PHBM merupakan proses komunikasi dalam forum yang saluran komunikasinya berupa komunikasi antar pribadi yang saling mempengaruhi (Supratikno 1995). Hal ini merupakan awal ikatan psikologis masyarakat desa hutan yang diwadahi dalam LMDH bersama Perum Perhutani dan pemerintah setempat. Ikatan psikologis merupakan proses sosial untuk mengembangkan hutan berkelanjutan atau hutan lestari dengan berbagi

peran dan tanggungjawab dan sharing produk hutan. Sebagai proses social, forum komunikasi juga sangat dipengaruhi oleh faktor ekstern yaitu faktor sosial budaya seperti egaliter, terbuka yang biasa disebut blaka suta sebagai karakterter pada umumnya orang banyumas . Dalam komunikasi pembangunan yang efektif (Santoso , 2000) harus memasukkan unsur harapan dan keinginan yang berorientasi masa kini dan masa depan. Maka dalam komunikasi forum PHBM harapan dan keinginan bersama masyarakat desa hutan adalah terwujudnya hutan yang lestari atau hutan berkelanjutan. Terwujudnya hutan lestari atau berkelanjutan masyarakat desa hutan akan menjadi sejahtera .

Komunikasi antarpribadi dalam komunikasi forum PHBM ini cukup efektif dalam merubah sikap dan pendapat seperti kesadaran akan pentingnya kelestarian hutan serta perilaku masyarakat desa hutan seperti tidak merencek atau merusak hutan. Efektivitasnya terletak pada sifat komunikasi yang dialogis, umpan balik yang tinggi, komunikator mengetahui komunikasinya berhasil atau tidak. Selain itu dalam komunikasi forum PHBM ada pertemuan rutin sebagai bentuk komunikasi antar pribadi atau komunikasi tatap muka antara masyarakat desa hutan (MDH) dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) , yang proses komunikasinya terjadi secara spontan dan tidak terstruktur . LMDH ini kemudian berfungsi menjadi Change Agent yang pengaruhnya cukup besar dalam mengendalikan perilaku masyarakat desa hutan dalam menjaga hutan , adopsi agroforestry dan jiwa kewirausahaan .

Dampaknya positifnya dapat dirasakan yaitu terpeliharanya hutan yang lestari atau berkelanjutan yang berpengaruh positif pada kehidupan masyarakat desa hutan .

Dari sisi informasi dalam forum komunikasi LMDH melalui rapat maupun pertemuan berkala disampaikan informational message (pesan yang mengandung informasi) instructional message (pesan yang mengandung perintah), dan *inotivational message* (pesan yang berusaha mendorong). *Informational message* seperti berita dan informasi dari Perhutani KPH Banyumas Timur yang perlu diketahui oleh masyarakat desa hutan. Instruksional *message* seperti perintah untuk menanam jenis ternama di bawah tegakan dengan sistem tumpangsari dan motivational message berupa mengikatkan kesadaran masyarakat desa hutan akan pentingnya kelestarian hutan.

Pesan yang disampaikan dalam forum komunikasi LMDH biasanya; 1). menimbulkan perhatian masyarakat desa hutan (MDH) 2). Pesan menggunakan lambang non verbal yang mudah dipahami

masyarakat desa hutan rata-rata pendidikannya yang relative rendah; 3). Pesan dapat membangun kebutuhan pribadi dan menyarankan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut seperti menanam tanaman tegakan yang dapat relative lebih cepat memperoleh penghasilan.

Dalam forum komunikasi lembaga masyarakat desa hutan (LMDH) yang ruang lingkupnya relatif kecil menggunakan apa yang mereka sebut sebagai rekayasa pemahaman sesuai kapasitas masyarakat desa hutan yang artinya dalam forum komunikasi mereka menggunakan (1) lambang , interpretasi cara lain untuk menyatakan pesan (2) rujukan , menunjukkan suatu obyek, peristiwa atau benda. (3) interprelasi , ukiran untuk melihat lambang atau hal yang diwakili oleh lambang. Dalam komunikasi antarpribadi melalui komunikasi forum LMDH yang rata-rata pendidikannya relative rendah sering menggunakan visualisasi mengenai bagaimana gambaran mengenai hutan lestari, kerusakan hutan dan akibat dari kerusakan hutan.

Dalam komunikasi forum Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) dilihat dari perspektif situasi dalam komunikasi antarpribadi terjadi situasi yang menyenangkan dan terjadi suatu keakraban. Perspektif situasi ini dalam forum komunikasi dapat terjadi karena melibatkan perilaku verbal dan non verbal yang menarik seperti ekspresi wajah, gerakan tangan dan bahasa tubuh yang lain ..

Disamping itu ada (1) perilaku spontan yaitu perilaku terjadi secara tiba-tiba serta merta tanpa berpikir lebih dulu yang sering menimbulkan gelak tawa (2) perilaku scripted karena dorongan factor kebiasaan seperti nampak secara verbal dalam logat banyumasan dan (3) perilaku contrived yang dipengaruhi motif kognitif dan sikap rasionalitasnya yang dalam forum komunikasi mereka tidak asal ngomong atau asal bunyi (asbun) .

Prosesnya berkembang sebagai komunikasi forum yang dinamis tidak statis. mereka yang aktif dalam komunikasi forum wawasan dan pengetahuan mereka tentang hutan selalu bertambah karena ada informasi baru .

Dalam komunikasi forum ada umpan balik yang mengacu pada respon verbal maupun non verbal secara bergantian , masyarakat desa hutan saling mempengaruhi , sedangkan koherensi ada benang merah antara pesan verbal sebelumnya dengan yang baru saja disampaikan .

Dalam komunikasi forum tidak hanya berhenti pada konsep, ide atau omongan tetapi ada tindakan nyata seperti perilaku masyarakat desa yang peduli terhadap hutan dengan tidak merambah hutan seperti

merencek, mencuri kayu dan membuat api yang bisa menimbulkan kebakaran hutan .

Terjadi persuasi diantara masyarakat desa hutan seperti saling meneguhkan, mengingatkan kesadaran masyarakat desa hutan akan pentingnya hutan lestari atau berkelanjutan.

Komunikasi Forum Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) merupakan bentuk komunikasi kecil yang terdiri dua atau lebih masyarakat desa hutan yang berbagi informasi dan bertukar gagasan , untuk mencapai tujuan bersama yaitu mengembangkan hutan lestari atau berkelanjutan . Bila hutannya lestari atau berkelanjutan menyebabkan masyarakat desa hutan sejahtera . Interaksi ini merupakan sekelompok masyarakat desa hutan yang saling berkomunikasi pada rentang waktu tertentu acara langsung yang biasanya pada siang hari. Dari sudut motivasi mereka lebih menekankan eksistensi anggota serta berupaya memenuhi kebutuhan masing-masing anggota dalam memenuhi kesejahteraannya . Dalam komunikasi forum antar masyarakat desa hutan mereka menitik beratkan pada berbagi perasaan, ketergantungan satu sama lain, ada perasaan empaty yang besar . Dalam forum mereka membuat aturan yang mengikat masyarakat desa hutan dan aturan itu mempengaruhi sikap konformitas antar anggota seperti bagaimana menanam tanaman semusim di bawah tegakan.

Dalam komunikasi forum masyarakat desa hutan dapat merupakan sarana untuk me memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat desa hutan dalam hubungannya dengan memelihara hutan . Selain itu dalam forum juga sebagai sarana untuk membuat keputusan tentang hubungan masyarakat desa hutan dengan sumberdaya hutan yang mengacu untuk memilih diantara berbagai alternative. Proses pengambilan keputusan biasanya difasilitasi oleh group think yaitu Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) yang merupakan kekohesifan kelompok. Kekohesifan merupakan hasil dari tingkatan dimana semua anggota merasa tujuan masyarakat desa hutan dapat tercapai melalui kelompok. Anggota kelompok tidak hanya memiliki kesamaan perilaku tetapi masyarakat desa hutan juga saling tergantung dan percaya dalam mencapai tujuan bersama yaitu bagaimana mengembangkan hutan lestari yang mensejahterakan masyarakat hutan.

Difusi inovasi *social forestry*

Ditinjau dari difusi inovasi (Rogers,1995) *social forestry* yang dikembangkan melalui Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM

) sebagai salah satu bentuk perubahan sosial bidang kehutanan merupakan proses terjadinya perubahan pada struktur dan fungsi kehutanan. Proses perubahan sosial kehutanan ini melalui tiga langkah yang berurutan mulai dari (1) invensi, proses penciptaan dan pengembangan (2). difusi, proses pengkomunikasian ide (3) konsekuensi, perubahan yang terjadi setelah digunakan. Dalam difusi inovasi *social forestry* atau PHBM berfokus pada perubahan pengetahuan dan sikap masyarakat desa hutan tentang pentingnya hutan berkelanjutan .

Proses adopsi inovasi *social forestry* atau PHBM (Stevens , 2001) sebuah proses dimana masyarakat desa hutan atau unit adopsi yang lain seperti para pemangku kepentingan yang kemudian disebut sebagai adopter, menempuh tahapan mulai dari inovasi, implementasi, pengambilan keputusan dan menerima program PHBM itu. Proses adopsi inovasi *social forestry* atau PHBM melalui lima tahap yaitu (1) kesadaran dimana masyarakat desa hutan belajar tentang PHBM tetapi masih kurang informasi, (2) tahap perhatian masyarakat desa hutan menaruh perhatian dan mencari informasi tambahan, (3) tahap pertimbangan masyarakat desa hutan melakukan aplikasi program PHBM dan menaruh harapan untuk masa yang akan datang, (4) tahap percobaan dan penggunaan inovasi secara terbatas dan (5) adopsi masyarakat desa hutan melakukan program PHBM secara terus menerus meluas.

Pada tahap keputusan masyarakat desa hutan mencari informasi tentang program *social forestry* atau PHBM untuk mengurangi ketidakpastian mengenai konsekuensi yang mungkin timbul dari program PHBM. Proses keputusan adopsi PHBM berakhir pada tahap implementasi yaitu keputusan untuk melaksanakan program PHBM sepenuhnya sebagai sarana untuk mengembangkan hutan yang lestari atau berkelanjutan. Proses adopsi *social forestry* atau PHBM melalui individu atau seluruh masyarakat desa hutan akan lebih lambat karena inovasi harus dikomunikasikan keseluruh masyarakat desa hutan. Ada potensi terjadinya penyimpangan lisan, terjadi persepsi diferensial dari stimulus yang sama dan consensus lebih pelan tercapai. Secara riil proses adopsi inovasi *social forestry* PHBM akan lebih cepat bila dilakukan secara kolektif melalui komunitas kelembagaan yaitu Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH)

Komunikasi forum PHBM merupakan pendekatan kolaboratif yang dapat memberikan solusi terhadap permasalahan PHBM karena melibatkan kelompok kolaboratif yang berbasis LMDH. Sebagai media dan wadah kolaborasi dan silaturahmi komunikasi forum PHBM memberikan

keuntungan antara lain; (1) membangun pemahaman melalui peningkatan pertukaran informasi antara stakeholder, Perhutani dan LMDH yang dapat memberi mekanisme penyelesaian ketidakpastian (2) membentuk mekanisme untuk membuat keputusan yang efektif melalui proses yang fokusnya pada masalah bersama (3) sebagai pengendalian melalui koordinasi lintas sektoral (4) mengembangkan kapasitas kelembagaan Perhutani, LMDH dan para pemangku kepentingan .

Melalui frekuensi dan intensitas interaksi yang tinggi komunikasi forum PHBM dapat menyumbangkan pandangan kepentingan yang sama dalam mengatasi problem PHBM seperti hak dan kewajiban dalam PHBM dan sharing produk hutan. Sebagai bentuk pendekatan multipihak Komunikasi forum PHBM berkontribusi merubah pola pikir (*mindset*) Masyarakat Desa Hutan akan pentingnya hutan lestari atau berkelanjutan. Hal ini dimungkinkan karena; (1) menempatkan Masyarakat Desa Hutan sebagai actor utama dalam menjaga kelestarian hutan (2) adanya sharing informasi antara masyarakat desa hutan melalui kelembagaan LMDH (3) adanya kearifan dari masyarakat desa hutan dalam melihat permasalahan secara jernih dan proporsional.

KESIMPULAN

Komunikasi forum *social forestry* yang di Indonesia diformulasikan kedalam Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) sebagai perubahan sosial bidang kehutanan , merupakan forum kolaborasi antara para pemangku kepentingan PHBM yang berbasis pada masyarakat desa hutan (MDH) untuk mengembangkan hutan berkelanjutan , cukup efektif untuk merubah pola pikir masyarakat desa hutan dari pola pikir kurang peduli terhadap hutan menjadi pola pikir pentingnya menjaga hutan agar tetap berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa hutan .

DAFTAR PUSTAKA

Hubermas Miles. 1982. Analisa Data Kualitatif. UI Press, Jakarta.

Johnson NC, Hafied E, 1999. Menyelamatkan Sisa Hutan Indonesia dan Amerika Serikat, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.

Moeloeng, L, 2002. Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan Ketujuh, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Mulyana, Deddy, 2006, Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rogers, M. 1995. Diffusion of Innovations. Fouth Edition. Free Press. New York.
- Rogers, M. 1986. Communication Technology, The New Media In Society, The Free Press, New York.
- Robert Cox , 2010 , Environmental Communication and Public Sphere , SAGE Publication , Inc
- Santoso, 2000. Komunikasi Pembangunan. Alumni, Bandung.
- Soemarwoto , Otto,1991, Ekologi lingkungan Hidup dan Pembangunan , Djambatan , Jakarta .
- Soerjani , 1997 , Pembangunan dan Lingkungan Meniti Gagasan dan Pelaksanaan.
- Stevens , B .2001 , Community Forestry Solusi Nyata , Journal Community Forestry Vol 4
- Stevens, B. 2001. *Community Forestry* Solusi Nyata. Jurnal Community Forestry.
- Sugiyono, 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. CV. Alfabeta, Bandung.
- Supratiknyo. 1995. Komunikasi antar Pribadi, Kanisius, Yogyakarta.
- Supriyadi, 2002. Pengembangan Hutan Rakyat di Indonesia, Jurnal Hutan Rakyat. 4:17-26.
- Susanto , Astrid,1989 , Komunikasi Kontempore , Binacipta , Bandung
- Sustainable Development , Institut Pendidikan dan Pengembangan Lingkungan , Jakarta.
- .

**PERAN KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN
PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN
PEMBANGUNAN DESA WISATA BAGAK SAHWA**

Netty Herawati, Lina Sunyata

Pendahuluan

Desa Bagak Sahwa adalah salah satu desa wisata yang dibentuk sebagai Desa Wisata oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata pada tahun 2011. Sebagai sebuah desa wisata, desa bagak Sahwa ini memang memiliki sejumlah keunikan dan daya tarik baik yang berasal dari kondisi alam maupun seni budaya khas Dayak Salako yang sampai saat ini masih dikembangkan oleh masyarakatnya. Desa wisata Bagak Sahwa yang terletak di Kecamatan Singkawang Timur ini, di huni oleh sebagian besar suku Dayak Salako yang masih hidup dengan corak tradisionalnya. Mereka memiliki cara yang khas dalam mengelola makanan (cucur, lemag) disamping memiliki keterampilan anyaman manik dan rotan. Rumah adat Parauman Lama dan keelokan alamnya yang dipenuhi dengan berbagai flora seperti anggrek hutan, keladi raksasa, bunga raflesia, manggis, tampui, rambai, pohon bambu dan perkebunan buah durian pun menjadi ciri khas desa wisata ini. Selain itu adanya air gunung bebatuan dan sungai Dayoai yang digunakan sebagai area pemandian yang dapat menyegarkan tubuh juga menjadi daya tarik bagi yang berkunjung ke desa ini. Beberapa fauna langka yang ada di Desa ini antara lain beruang madu, tupai terbang dan babi hutan. Sedangkan atraksi yang menarik disajikan kepada pengunjung wisata antaralain, penangkaran angrek hitam, ngabayotn (upacara panen) memetik tananam obat dan buah dan lain sebagainya.

Setelah dibentuk sebagai Desa Wisata oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata pada tahun 2011, desa Bagak Sahwa mendapat dukungan program PNPM Mandiri Pariwisata 2013 Kota Singkawang. Melalui kedua program tersebut beberapa kegiatan dan program telah dilakukan dan pada tahun 2014 mengantarkan Desa bagak Sahwa ini berhasil meraih posisi kelima Desa Wisata terbaik se Indonesia. Namun demikian keberhasilan desa tersebut sebagai salah satu Desa Wisata terbaik dinilai belum menggembirakan jika dilihat dari kondisi kesejahteraan masyarakatnya yang masih tergolong rendah. Menurut tim peneliti salah satu faktor penyebab permasalahan belum meningkatnya kesejahteraan masyarakat berkaitan dengan rendahnya partisipasi, kapasitas dan budaya masyarakatnya. Hal tersebut tercermin dari mindset masyarakat yang

belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai konsep desa wisata yang di “label” kan pada desa mereka. Dipandang dari perspektif komunikasi, tampak ada masalah pada kegiatan sosialisasi program baik program desa wisata maupun program PNPM Mandiri Pariwisata. Karena itu perlu ditelaah bagaimana peran komunikasi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk mendukung pembangunan desa wisata Bagak Sahwa.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Singkawang, tepatnya di Desa Bagak Sahwa yang berjarak sekitar 15 Km dari Kota Singkawang. Desa Bagak Sahwa ini merupakan Desa Wisata yang cukup dikenal, namun sejauh ini prestasi yang dicapai oleh Desa Wisata Bagak Sahwa belum memberikan kontribusi yang besar bagi kesejahteraan masyarakatnya. Kegiatan ini merupakan kajian komunikasi kebijakan yang menggunakan pendekatan *eksploratif* (kualitatif) yang dilaksanakan dengan melakukan pekerjaan penelitian *Graunded research* karena penelitian ini berusaha untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap penanganan penanggulangan kemiskinan komunitas masyarakat di kawasan Desa Wisata Bagak Sahwa yang memiliki sumber daya dan kearifan lokal yang memiliki nilai jual dan keunggulan dalam pembangunan kepariwisataan Kota Singkawang.

Subjek penelitian ini adalah para pemuka masyarakat dan masyarakat Desa Bagak Sahwa yang sebagian besar merupakan Suku Dayak Salako. Informan dipilih secara purposif sesuai dengan kriteria data data dan informasi yang dibutuhkan sesuai aspek penelitian ini. Teknik penelitian dilakukan melalui teknik observasi, wawancara, pengumpulan dokumen dan FGD. Adapun teknik analisis data dimulai dengan analisis informasi yang dilakukan dalam upaya mencari data secara sistematis dari catatan hasil observasi, hasil wawancara yang ditulis secara lengkap dan teliti di dalam *field notes* untuk meningkatkan pemahaman terhadap kasus yang diteliti. Proses analisis kualitatif ini dilakukan melalui reduksi, pengujian informasi dan penarikan kesimpulan secara bersamaan.

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Kehidupan Masyarakat Desa Wisata Bagak Sahwa

Saat pertama kali memasuki wilayah Desa Bagak Sahwa, kesan sebagai sebuah desa wisata yang pada umumnya menarik, punya ciri khas

dan terlihat ada beragam aktifitas masyarakatnya yang memperlihatkan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Kondisi lingkungan yang kotor dimana sampah berserakan di pinggir jalan dan keadaan sepi serta banyak sekali anjing liar berkeliaran di jalan justru menjadi semacam ciri khas desa ini.

Sekitar duaratus meter masuk jalan utama desa, ditemui sebuah rumah adat dan bangunan kecil disebelahnya yang tampak tidak terawat dan halamannya dipenuhi hewan peliharaan seperti sapi, kambing dan ayam, sehingga tercium aroma yang mengganggu. Menurut penduduk setempat, rumah adat ini merupakan bantuan dari pemerintah dan dipergunakan oleh penduduk untuk melakukan berbagai kegiatan budaya seperti gawai, lomba sumpit dan perayaan tujuhbelas Agustusan.

Sepanjang jalan masuk desa terdapat beberapa warung yang menjual makanan dengan kondisi yang kotor serta banyak anjing berkeliaran. Sebelum mencapai ujung desa yang terdapat tempat permandian yang tidak terawat serta sepi keadaannya, kita temui sebuah bangunan adat yang berukuran kecil yang digunakan untuk menyimpan alat musik tradisional serta pernak pernik upacara adat yang biasa mereka lakukan di rumah adat desa.

Melihat kehidupan serta kondisi rumah penduduk, tampak kesejahteraan mereka masih rendah. Pada umumnya rumah rumah penduduk tampak sederhana. Penduduknya sebagian bekerja di ladang dan juga merambah hutan dan sebagian lagi bekerja di luar desa sebagai buruh dan pedagang. Tingkat pendidikan pendudukpun masih rendah yang rata rata SD sampai SMP. Di Desa ini terdapat satu sanggar budaya "Pabayo Gagas" yang selalu mengkoordinir kegiatan kegiatan budaya yang dilakukan penduduk setempat. Selain itu terdapat satu buah Kelenteng yang cukup besar dan dapat dijumpai di jalan raya sebelum memasuki jalan desa Bagak Sahwa yang letaknya berhadapan dengan Kantor Kelurahan Bagak Sahwa.

Menurut penduduk, di hutan sekitar desa, terdapat berbagai jenis anggrek langka yang hanya ada di tempat mereka dan karena itu mereka membuat program cagar alam untuk menjaga dan melestarikan agar anggrek hutan tersebut tidak punah. Beberapa jenis buah lokal seperti durian, manggis, cempedak selalu membanjiri desa ini jika tiba saat musim berbuah.

Sejauh ini label “Desa Wisata” Bagak Sahwa yang di kenakan pada Desa ini tampak belum memberikan banyak kontribusi bagi peningkatan kapasitas masyarakat dan juga peningkatan kesejahteraannya. Hal ini tentu saja tidak sejalan dengan konsep desa wisata yang antara lain bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, membuka akses pariwisata, memperluas pasar produksi lokal maupun menambah jenis dan tenaga kerja.

Dampak Pelaksanaan Program Desa Wisata dan PNPM Mandiri Pariwisata Bagi Masyarakat Desa Bagak Sahwa

Suatu program dikatakan berhasil apabila seluruh langkah langkah pelaksanaan program dapat terlaksana dengan baik dan tujuan program tercapai. Namun sering kali didapati suatu program dapat berjalan dengan baik, dalam arti semua tahapan dapat terselesaikan namun capaian tujuan tidak seperti yang diharapkan. Seperti halnya yang terjadi di Desa Bagak Sahwa, sampai berakhirnya pelaksanaan Program PNPM Mandiri Pariwisata yang dilaksanakan tahun 2013 dan Program desa wisata yang dimulai tahun 2011, boleh dikata dampaknya jauh dari yang diharapkan. Berdasarkan analisis hasil penelitian dapat diketahui bagaimana dampak dari kedua program tersebut bagi masyarakat dan desa wisata Bagak Sahwa.

- Dampak Peningkatan Kapasitas Masyarakat Dalam Menggerakkan Kepariwisata di Desa.

Program Pariwisata Mandiri maupun Program Desa Wisata adalah program penanggulangan kemiskinan yang melibatkan berbagai pihak, yaitu pemerintah dan masyarakat luas. Dalam pelaksanaannya, PNPM Mandiri Pariwisata maupun program desa wisata menggunakan pola pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan. Karena itu dampak keberhasilan pelaksanaan kedua program tersebut haruslah tercermin dari adanya peningkatan kapasitas masyarakat.

Secara umum setelah berakhirnya program PNPM Mandiri pariwisata Tahun 2013 dan masih berlangsungnya Program desa Wisata, belum memperlihatkan adanya peningkatan kapasitas masyarakat, apalagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini terlihat dari kondisi dan situasi masyarakat di desa Wisata Bagak Sahwa yang belum memperlihatkan adanya peningkatan keberdayaan, kemandirian dan keswadayaan masyarakat setempat dalam menanggulangi kemiskinan di desa nya melalui usaha kepariwisataan. Disamping itu belum juga terlihat adanya.

peningkatan kemampuan kreatifitas masyarakat seperti kesadaran kritis, potensi sosial dan budaya serta kearifan lokal untuk memberdayakan dirinya sendiri;

- *Dampak sarana dan prasarana pendukung kegiatan kepariwisataan*

Mengenai dampak pembangunan berupa sarana sarana fisik cukup menggembarakan. Hal mana dapat dilihat adanya pembangunan pintu gerbang desa wisata Bagak Sahwa, jalan desa yang bisa dilewati mobil, pembangunan rumah adat, dan bangunan sederhana khas adat dayak yng diperuntukkan menyimpan benda benda seni milik desa. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tampak sarana dan prasara yang dibangun melalui program PNPM Mandiri Pariwisata ini belum dapat digunakan secara optimal dengan baik. Faktor kebersihan tampak tidak menjadi perhatian warga. Hal ini terlihat dari banyaknya sampah di sisi jalan, anjing yang berkeliaran di warung warung yang rata-rata kotor dan juga ada bangunan tempat menyimpan alat musik yang kurang terawat. Artinya sarana dan prasara tanpa ditunjang kesadaran masyarakat untuk memelihara dan mengelolanya dengan baik tentunya tidak akan berdampak signifikan dalam mengembangkan pembangunan desa wisata Bagak Sahwa.

- Peningkatan apresiasi seni budaya, fasilitasi sarana dan prasarana pendukung.

Program PNPM Mandiri sendiri sudah memberikan bantuan berupa fasilitasi alat-alat kesenian, fasilitasi kostum kesenian, fasilitasi alat dan bahan baku kerajinan dan Fasilitasi sanggar kesenian. Sanggar Pabayo Gagas yang merupakan Pokdarwis Desa bagak Sahwa pun sudah dapat memanfaatkannya dengan baik. Hanya sayangnya masyarakat desa secara umum belum merasakan manfaatnya (hanya sebatas anggota sanggar). Masyarakat menganggap bahwa program desa wisata hanya berkaitan dengan sanggar saja. Karena itu masyarakat hanya dilibatkan untuk menggunakan fasilitas kesenian yang ada hanya pada saat dilakukan upacara adat dan adanya kegiatan yang dimotori oleh pihak luar. Karena itu keterlibatan masyarakat lebih bersifat mobilisasi ketimbang partisipasi.

Berdasarkan gambaran dampak pelaksanaan program yang menjelaskan fakta yang terjadi terkait program desa wista Bagak Sahwa yang belum berdampak pada peningkatan kapasitas dan kesejahteraan masyarakat, maka faktor utama yang mempengaruhi hal tersebut adalah belum adanya pemahaman dan kesadaran yang memadai mengenai konsep desa wisata dan konsep sapta pesona baik dari masyarakat maupun kelompok sadar wisata "Pabayo Gagas"

Peran Komunikasi Dalam Menumbuhkan Partisipasi Masyarakat Untuk Mendukung Pembangunan Desa Wisata Bagak Sahwa

Tidak bisa dipungkiri bahwa peran komunikasi sangatlah menentukan keberhasilan suatu implementasi kebijakan. Suatu program yang tidak dikomunikasikan dengan baik akan mempengaruhi tingkat partisipasi seluruh stakeholder yang bertanggung jawab dalam mengimplementasikan program tersebut. Tidak jarang ditemui aktor aktor pelaksana program maupun group sasaran program tidak memahami secara baik apa yang menjadi filosofi, maksud dan tujuan dilaksanakannya suatu program.

Sebagaimana yang dikemukakan Edward III dalam Winarno (2002:96) komunikasi merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan publik. Berdasarkan temuan penelitian ini tampak jelas bahwa asumsi tersebut sangat berlaku dalam menilai implementasi program Desa Wisata dan program PNPM Mandiri di Desa Wisata Bagak Sahwa. Berdasarkan hasil wawancara pada sejumlah informan, diperoleh gambaran bahwa rata rata penduduk desa wisata tidak memiliki pengetahuan, pemahaman yang memadai tentang apa yg dimaksud dengan desa wisata termasuk maksud dan tujuannya. Bahkan penjelasan yang sangat sederhana pun tentang desa wisata tidak dapat mereka jelaskan. Mereka hanya tahu bahwa sejak tahun 2011 desa mereka telah ditetapkan oleh pemerintah menjadi desa wisata tanpa mereka paham mengapa desa mereka dijadikan desa wisata. Menurut sebagian besar penduduk mereka tahu ada beberapa kegiatan dari pemerintah terkait program wisata yang diadakan di rumah adat yang dibangun atas bantuan pemerintah. Salah seorang informan bernama ibu Cory mengatakan :

Yang kami tahu memang ada kegiatan-kegiatan di rumah adat. Kegiatan tersebut dikoordinir oleh pak Polinus yang menjadi ketua sanggar yang namanya "Pabayo Gagas" Kami tidak pernah dilibatkan dan hanya orang-orang itu itu saja yang ikut kegiatan mereka. Kabarnya mereka sering diundang kemana mana karena membawa program desa wisata. Dan setahu kami banyak sekali bentuk bantuan –bantuan dari pemerintah yang diterima sanggar ini... Pernah sekali waktu kami diajarkan untuk membuat keripik dari buah buahan, tetapi itu hanya sekali dan masuk TV dan setelah itu kami tidak tahu lagi ceritanya ...kabarnya alat penggorengan yang diberikan ukurannya terlalu besar sehingga jarang lagi dipakai.

Berdasar informasi yang dikemukakan informan bernama ibu Cory dan informasi-informasi senada yang diterima dari informan lainnya, diperoleh gambaran bahwa program desa wisata yang seharusnya didukung oleh seluruh masyarakat, hanya menjangkau sebagian masyarakat saja yang dalam hal ini hanya kelompok atau sanggar seni Pabayogagas yang dipimpin oleh pak Polinus.

Diketahui pula bahwa sebagian besar masyarakat tidak mendapatkan sosialisasi program yang menjadikan mereka objek dan subjek pelaksana program, sehingga mereka tidak mengetahui secara jelas dan memahami apa yang menjadi tujuan program Desa Wisata yang telah dilaksanakan di desa mereka selama bertahun-tahun.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diperoleh gambaran mengenai corak kehidupan, kondisi lingkungan yang kondisi masyarakat yang masih hidup dengan cara tradisional yang dengan tingkat pendidikannya yang rata-rata rendah dapat dipastikan masih memiliki banyak keterbatasan. Sikap pasif dan tidak kritis serta hanya mengandalkan arahan dari pemerintah menjadikan mereka tidak maju-maju dan tidak dapat mengelola berbagai potensi alam dan budaya yang sebetulnya dapat dijadikan nilai jual melalui program Desa Wisata.

Dalam hal penataan lingkungan yang sama sekali tidak mencerminkan sebuah desa wisata memperlihatkan kapasitas masyarakatnya yang sangat perlu ditingkatkan. Pemahaman mereka yang sederhana tentang potensi alam sekitar seperti anggrek hutan, yang biasa mereka tangkar dan jual kepada pendatang yang sesekali mengunjungi desa mereka, tidak dapat dimanfaatkan dengan baik. Mereka tidak dapat menjelaskan mengenai jenis anggrek yang mana yang dianggap langka, apa nama ilmiah atau mungkin nama lokalnya, berapa harga standar penjualannya.

Kondisi masyarakat yang seperti digambarkan ini tentu saja menjadi tidak lazim bagi Desa Wisata yang telah mendapat program Desa Wisata dan PNPM secara berturut-turut dan bahkan pernah mendapatkan penghargaan pula. Akar permasalahan yang dapat dijelaskan dari temuan penelitian ini adalah bahwa partisipasi masyarakat yang rendah dalam mendukung pelaksanaan program berawal dari ketidak-tahuan atau keterbatasan pemahaman masyarakat terhadap program akibat pemerintah telah mengabaikan aspek komunikasi yang sangat berperan penting dalam mengubah mindset masyarakat. Berdasarkan hasil laporan pelaksanaan

program desa Wisata dan program PNPM Mandiri pariwisata, tampak bahwa pemerintah lebih mengutamakan pendekatan yang bertumpu pada melakukan perubahan fisik tanpa terlebih dahulu melakukan pendekatan mentalistik untuk merubah mindset masyarakat melalui upaya komunikasi..

Melalui pendekatan pelaksanaan program seperti dijelaskan diatas, maka masyarakat tidak merasa sebagai subjek pembangunan dan tetap merasa menjadi objek pembangunan. Hal ini menjadikan pembangunan – pembangunan fisik yang dilaksanakan sesuai program pemerintah tidak mampu dimanfaatkan secara maksimal dan tidak dipelihara dengan baik. Pada gilirannya hampir semua hasil kegiatan program desa wisata hanya menjadi semacam asesoris yang tidak dipelihara apalagi dikembangkan pembangunan dan pemanfaatannya. Dengan demikian dapat dipahami mengapa program desa wisata dan program PNPM Mandiri Pariwisata Desa bagak Sahwa tidak berkelanjutan serta tidak berdampak pada kesejahteraan masyarakatnya.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian ini maka selanjutnya dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Diperlukan pendekatan mentalistik melalui upaya komunikasi untuk merubah maindset masyarakat yang masih bersikap tradisional untuk mendukung pembangunan suatu desa wisata.
2. Terbatasnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap konsep, maksud dan tujuan suatu program desa wisata berdampak pada tingkat dan kualitas partisipasi masyarakat dalam mendukung implementasi program desa wisata.
3. Pembangunan desa wisata yang lebih mengutamakan perubahan kondisi fisik lingkungan tanpa didahului perubahan mental/mindset masyarakatnya tidak akan menjamin proses pembangunan berkelanjutan yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Daftar Pustaka

Cahyono, Yohanes Budi. 2006 *Metode Pendekatan Sosial dalam Pembangunan Partisipatif*. PPM UK-Petra

Chambers, Robert. 1995. Poverty and Livelihoods: Whose Reality Counts? Uner Kirdar dan Leonard Silk (eds.), *People: From Impoverishment to Empowerment*. New York: New York University Press

Ditjen Pariwisata. 1999. *Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi*, Jakarta.

Edi Suharto. 2011. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung: PT Refika Aditama.

Edward III, 1980. *Implementation Public Policy*. Washington DC : Congressional Quarter Press

Effendy, Onong Uchjana, 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, Remaja Rosdakarya

Happy Marpaung. 2000. *Pengetahuan Kepariwisata*, Bandung: Alfabeta.

Long, H., B., Robert C., A., dan Jon, A. B. 1973. *Approaches to Community Development*. Iowa: National University Extension Association and The American College Testing Program

Oka A. Yati. 2008. *Ekonomi Pariwisata; Introduksi, Informasi dan Implementasi*. Jakarta: Kompas.

Oka A. Yati, *Peran Industri Pariwisata dalam Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia*, Jurnal Pariwisata STP Trisakti, Vol. 10 (Maret 2006).

Putnam, RD (1993), "The Propeous Comunity : Social Capital and Public life, dalam The American Prospect, Vol 13 Halaman 35-42

Sumpeno, Wahyudin, *Metode Perencanaan Partisipatif : Participatory Rural Apraisal (PRA) : Sebuah Konsep Penilaian Berbasis Masyarakat*. Participatory Rural Appraisal

NEW MEDIA:
JALAN TENGAH STRATEGI KOMUNIKASI
PEMBANGUNAN DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN
DI PERDESAAN

Shinta Prastyanti

PENDAHULUAN

Seringkali terdengar dan disampaikan di berbagai media massa bahwa angka kemiskinan pada suatu negara masih tergolong tinggi padahal berbagai upaya untuk mengentaskan kemiskinan sudah dilakukan. Pernyataan tersebut menyiratkan beberapa hal diantaranya adalah: 1) kemiskinan masih menjadi perhatian utama dan pekerjaan rumah yang belum terselesaikan bagi pemerintah dan pihak-pihak terkait, 2) belum ditemukannya strategi komunikasi yang tepat sehingga mampu mengurangi angka kemiskinan, tidak hanya secara statistik saja namun juga pada tataran praksis di lapangan. Di sisi lain perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang luar biasa dapat menjadi satu peluang dalam upaya pengentasan kemiskinan, terlepas dari berbagai kendala yang mungkin timbul.

Pada poin pertama yang menyiratkan kemiskinan masih menjadi agenda yang belum terselesaikan dibuktikan dengan masih banyaknya jumlah penduduk yang berada dalam kategori miskin. Menurut von Braun (2008) jumlah penduduk miskin di seluruh dunia dengan indikator pendapatan di bawah US \$ 50 cent/ kapita/ hari sebanyak 162 juta yang sebagian besar tersebar di Sub Sahara Africa. Sementara di Indonesia, menurut data terbaru dari BPS, pada bulan Maret 2017 jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 27,7 juta atau bertambah 6900 orang dari tahun sebelumnya (BPS, 2018).

Angka kemiskinan yang masih besar baik dalam skala dunia maupun di Indonesia menunjukkan bahwa berbagai upaya pengentasan kemiskinan belum mampu membuahkan hasil yang maksimal padahal anggaran yang telah dikeluarkan tidaklah sedikit. Sebut saja PNPM Mandiri Perdesaan di Indonesia misalnya, kemudian *Rural Non-Farm Economy (RNFE)* yang menekankan pada pembagian keuntungan, pertumbuhan tenaga kerja, dan lain-lain (Hagglade, Steven, et. al, 2010). Strategi pengentasan kemiskinan dilakukan di Uganda yakni *the Plan for the Modernization of Agriculture*

(PMA) yang merupakan subkomponen dari *the Poverty Eradication Action Plan* (PEAP (Bahigwa, Godfrey, et.al., 2005; Francis, Paul and Robert James, 2003; Ellis, Frank & Godfrey Bahigwa, 2003), sementara pemerintah Malawi memilih *The Poverty Reduction Strategy Paper* (PRSP) dan desentralisasi pemerintahan di Malawi merupakan contoh lain dasebagai upaya pengentasan kemiskinan di negara tersebut (Ellis, Frank, et al, 2007). Meski pemerintah setempat mengklaim bahwa program-program pengentasan kemiskinan yang dilaksanakannya telah berhasil mengurangi angka kemiskinan dengan terbangunnya berbagai infrastruktur dan fasilitas lainnya namun pada kenyataanya angka kemiskinan masih relatif tinggi.

Kondisi di atas menunjukkan belum maksimalnya strategi-strategi pengentasan kemiskinan yang telah dilaksanakan yang tentu saja menimbulkan kegelisahan tidak hanya bagi pemerintah namun juga seluruh elemen masyarakat. Implementasi berbagai strategi tersebut tentu saja telah menghabiskan banyak dana dengan hasil yang belum sepadan. Hal tersebut memunculkan sejumlah pertanyaan yang bisa jadi dapat menjadi salah satu solusi dalam upaya pengentasan kemiskianan di perdesaan. Apa yang salah dalam program-program pengentasan kemiskinan perdesaan yang selama ini telah dilakukan? Bagaimanakah sebenarnya keterkaitan antara pihak-pihak yang terlibat dalam program pengentasan kemiskinan tersebut? Bagaimana pula sebenarnya strategi komunikasi yang tepat untuk menghubungkan simpul-simpul diantara para *stakeholder* tersebut sehingga angka kemiskinan dapat ditekan secara maksimal?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut hadir karena adanya semangat keingintahuan mengenai startegi komunikasi pembangunan seperti apa yang tepat yang dapat dilaksanakan guna mengentaskan kemiskinan di perdesaan, di sisi lain kehadiran teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini tidak dapat diabaikan begitu saja. Piranti ini berpeluang menjadi jembatan untuk mengatasi “kebuntuan” mengalirnya arus informasi sehingga program pengentasan kemiskinan dapat mencapai hasil yang lebih baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Pertarungan pendekatan organik vs mekanik

Selama beberapa dekade disuguhkan 2 pendekatan pembangunan yang seolah menjadi panglima bagi negara-negara di bumi ini khususnya

negara berkembang dalam menjalankan roda pembangunannya. Pada jamanjannya masing-masing, kedua pendekatan ini menjadi pilihan terbaik sehingga tidak sedikit negara yang berkiblat pada salah satu pendekatan tersebut. Indonesia misalnya, pada jaman orde baru pendekatan mekanik dirasa yang paling tepat untuk mengatasi permasalahan-permasalahan pembangunan pada saat itu. Namun di kemudian hari ketika dibutuhkan keberpihakan pada masyarakat dalam proses pembangunan maka model yang bersifat mekanik diganti dengan pendekatan organik.

Perdebatan mengenai kedua pendekatan di atas disampaikan oleh Servaes dalam salah satu bukunya yang berjudul *Communication for Development and Social Change* (2008). Dalam buku tersebut disampaikan bahwa pendekatan mekanik yang bersifat satu arah menjadikan proses komunikasi bersifat linear. Memang benar bahwa dalam model ini pesan dapat disampaikan dengan cepat, namun tidak ada kepastian bahwa pesan tersebut sampai atau bahkan dapat difahami oleh khalayak. Proses komunikasi berjalan satu arah, dari media massa pada pemimpin opini dan pemimpin opini meneruskannya pada masyarakat. Laju pesan pembangunan bersifat mekanis, seperti mesin sehingga masyarakat dianggap sebagai robot, sebagai pihak-pihak yang dengan mudahnya dapat ditembak pesan-pesan pembangunan tanpa mempertimbangkan bahwa masyarakat sebenarnya memiliki kecerdasan dan emosi.

Pendekatan yang mengemuka pada model komunikasi ini adalah difusi inovasi. Model difusi ini melalui 4 fase dimulai dari pengumpulan informasi, pembuatan strategi, implementasi, hingga evaluasi yang keempatnya merupakan fase dalam Model Proses Development Support Communication (DSC). Model yang kedua menggunakan pendekatan multi media yang terdiri dari media antar pribadi maupun media massa seperti halnya radio pedesaan. Ketiga, menggunakan strategi kampanye yang dianggap strategi yang efektif karena menggabungkan berbagai saluran komunikasi, sedangkan yang berikutnya adalah pelatihan dan penelitian. Pendekatan ini terjadi ketika pemerintah pusat menjadi *stakeholder* atau pemain utama dalam kebijakan-kebijakan yang diambil termasuk diantaranya yang berkaitan dengan program-program pembangunan. Pemerintah pusatlah yang menyusun program-program pembangunan secara lengkap hingga yang bersifat teknis (Soetomo, 2006; Sabathier, 1986).

Pendekatan ini memiliki kelebihan dalam hal kecepatan penyelesaian program dan pencapaian target-target yang telah ditetapkan. Pemerintahlah yang mengatur segala sesuatunya sehingga masyarakat tinggal menerima hasil dan melaksanakan apa yang telah ditetapkan oleh

pemerintah pusat. Keterjaminan sumber dana dan sumber daya dan dukungan penuh dari pemerintah dalam penyediaan infrastruktur pendukung menjadi indikator-indikator yang turut berkontribusi bagi keberhasilan pendekatan ini. Sayangnya pendekatan ini menyisakan persoalan khususnya berkaitan dengan keberlanjutan program dan keikutsertaan masyarakat dalam pembangunan karena menurut pendekatan ini masyarakat hanyalah sebatas sebagai ‘penonton’ dan obyek dari pembangunan itu sendiri. Dampaknya adalah program-program yang telah dilaksanakan dikhawatirkan tidak akan berjalan lagi ketika stimulus-stimulus yang diberikan oleh pemerintah telah dihentikan.

. Kelemahan-kelemahan yang ada pada pendekatan mekanik sebaliknya justru merupakan kekuatan dari pendekatan organik yang lebih mendasarkan pembangunan pada aspek masyarakat. Masyarakat menurut pendekatan ini merupakan pihak-pihak yang harus diakui keberadaannya dan dilibatkan dalam proses pembangunan. Dalam pendekatan ini pemerintah tidak lagi menjadi superior dan aktor utama dalam pembangunan. Kehadiran masyarakat dalam proses pembangunan menciptakan terjadi pengalihan kewenangan dari pemerintah pusat ke masyarakat. Masyarakat sebagai elemen penting dalam pembangunan memiliki kesempatan untuk menjalin kontak dengan *stakeholder-stakeholder* lain baik yang bersifat lokal, regional, maupun nasional. Eksistensi masyarakat dalam proses pembangunan ini tidak hanya pada level pelaksanaan saja, akan tetapi masyarakat diberi ruang untuk terlibat sejak tahap perencanaan, pembiayaan, hingga monitoring dan evaluasi. Masyarakat juga diberi kepercayaan untuk menentukan program-program mana yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya. Mekanisme yang terjadi dalam pendekatan organik ini merupakan sebuah alur yang berawal dari birokrasi di tingkat paling bawah hingga pada pengambil kebijakan tingkat puncak, tidak hanya pada sektor publik namun juga pada sektor swasta (Hejrn, 1982; Hejrn and Porter, 1981; Hjern and Hull, 1982).

Menurut Soetomo (2006) pendekatan mekanik memiliki beberapa kekuatan dalam hal fleksibilitasnya. Pada pendekatan organik ini masih memungkinkan campur tangan pemerintah untuk memberikan stimulus/rangsangan yang dapat mewujudkan harapan dan menggali potensi yang dimiliki masyarakat sepanjang hal tersebut menjadikan ketergantungan masyarakat pada pemerintah. Sebagai contoh intervensi yang dapat dilakukan oleh pihak luar seperti halnya pemerintah adalah kontribusi pada institusi-institusi lokal yang baru muncul sehingga institusi baru tersebut dapat bertahan (Honadle and VanSant, 1988). Institusi-institusi

lokal tersebut diharapkan dapat menjadi representasi dari masyarakat sehingga harapan dan aspirasi masyarakat memiliki wadah yang tepat dan dapat tersalur secara maksimal.

Meskipun demikian pendekatan yang lebih mengedepankan aspek masyarakat ini bukan berarti tidak beresiko. Melibatkan masyarakat yang bersifat heterogen dalam pembangunan dengan perspektif masing-masing bukan tidak mungkin justru berpotensi memunculkan konflik dan justru akan menghambat jalannya pembangunan itu sendiri. Selain itu dibutuhkan waktu yang lama untuk dapat menyamakan persepsi dari berbagai elemen yang ada pada masyarakat, belum lagi jika diikuti dengan berbagai kepentingan yang cenderung hanya menguntungkan diri dan kelompoknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bukan penelitian lapangan ataupun studi korelasi dengan mengkaji hubungan antar variabel, namun penelitian ini lebih pada sebuah studi literasi yang bertujuan menjawab tujuan penelitian melalui kajian terhadap berbagai literatur terkait. Literatur-literatur yang dikaji dalam penelitian ini diantaranya mengenai media baru, komunikasi pembangunan, pembangunan perdesaan, serta kemiskinan.

Pemilihan studi literasi sebagai alat untuk menjawab tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan ruang yang lebih leluasa bagi peneliti dalam menggali dan mengkaji fokus penelitian sehingga dapat diperoleh kajian yang mendalam dan komprehensif serta kesimpulan yang akurat. Selain itu penelitian mengenai media baru dan strategi pembangunan dalam pengentasan kemiskinan di perdesaan ini diharapkan dapat menghasilkan temuan-temuan yang menarik dan bermanfaat sehingga turut berkontribusi secara signifikan tidak hanya dalam pengembangan kajian komunikasi pembangunan namun juga dalam upaya pengentasan kemiskinan di perdesaan.

PEMBAHASAN

Perjalanan *new media* sebagai sebuah media komunikasi

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini tidak terjadi begitu saja, namun memerlukan proses dan waktu yang tidak sedikit yang diawali pemanfaatannya pada bidang militer. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tersebut tidak dapat dipisahkan dengan penemuan teknologi komunikasi yang dimulai dengan kehadiran transistor pada tahun 1947. Kurang lebih delapan tahun setelah kehadiran

transistor tersebut ditemukanlah semikonduktor/chip pada tahun 1954. Produksi semi konduktor yang lebih murah tersebut kemudian dikembangkan pada tahun 1957. Empat belas tahun kemudian, yakni pada tahun 1971 dikembangkanlah mikroprosesor yang di kemudian hari menginspirasi kehadiran mikrokomputer yang dibangun pada tahun 1976.

Pada perkembangan lebih lanjut, masih pada tahun yang sama mikrokomputer kemudian disempurnakan kembali dan mengilhami kemunculan komputer personal. Sebuah jaringan komputer dikembangkan oleh the US Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA) di Universitas California Los Angeles (UCLA). Pada perkembangan berikutnya jaringan tersebut tidak hanya diperuntukkan bagi kepentingan militer semata, tetapi juga untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Dua dekade kemudian, yakni pada tahun 1989, jaringan-jaringan komputer lebih terorganisir sehingga melahirkan *the World Wide Web, fixed protocols* (HTTP and URL), dan HTML (Kleine & Unwin, 2009). Sejarah perkembangan teknologi tersebut terus berlanjut hingga kehadiran media baru yang telah menumbuhkan dan mengubah gaya hidup masyarakat di seantero dunia.

Kemiskinan

Ketika berbicara mengenai kemiskinan yang terlintas pada otak adalah ketidakmampuan secara ekonomi yang disebabkan keterbatasan pendapatan. Padahal melihat kemiskinan hanya dari satu aspek saja justru akan menghilangkan esensi makna dari kemiskinan itu sendiri. Mengenai hal tersebut Townsend (1974) menegaskan bahwa kemiskinan tidak akan pernah bisa didefinisikan secara absolut dan hanya bersifat relatif. Kemiskinan memang bersifat multi dimensi sehingga tidak mengherankan ketika terdapat banyak perspektif dalam melihat kemiskinan diantaranya dari sisi pendapatan dan kepemilikan aset. Pendapatan dan keberagaman aset yang dimiliki merupakan indikator kemiskinan (Mosley, 2001; Fulcher & Scott, 1999) meskipun peningkatan pendapatan saja tidak cukup untuk mengurangi kemiskinan (Akindola, 2009).

Selain indikator pendapatan, ternyata kemiskinan juga dapat dimaknai sebagai keterbatasan dalam kepemilikan tanah dan cadangan sumber pangan seiring dengan ketergantungan petani pada sektor agraris (Ellis & Mdoe, 2003). Kondisi tersebut diperparah oleh hambatan-hambatan yang harus dihadapi terkait kekurangefektifan dalam memanfaatkan dan menggunakan aset yang dimiliki (Carter, 1999). Meski tidak dapat dipungkiri bahwa ketika kemiskinan dilihat dari basis aset dapat digunakan

dalam membuat rancangan strategi pengentasan kemiskinan (Carter & Barret, 2006)

Keberagaman definisi kemiskinan ditengarai menjadi satu kesulitan tersendiri dalam memotret kemiskinan secara holistik khususnya dalam menentukan penyebab dan solusi kemiskinan. Pendapat menarik disampaikan oleh Carr (2008) yang menyatakan bahwa kemiskinan itu sendiri gagal menangkap penyebab dan solusi yang spesifik sehingga menyebabkan upaya pengurangan kemiskinan belum memperlihatkan hasil yang signifikan. Kenyataan tersebut memunculkan pertanyaan menarik apakah berarti kemiskinan tidak akan pernah dapat diatasi meski dilakukan dengan berbagai strategi komunikasi pembangunan?

New media dan strategi komunikasi pembangunan alternatif dalam pengentasan kemiskinan di perdesaan

. Strategi merupakan pengertian yang luas dan banyak pakar menyamakan pengertian strategi dari berbagai sudut pandang. Salah satunya adalah David (2006) yang menjelaskan strategi sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Senada dengan David, Stephanie K. Marrus dalam Umar (2002) juga melihat strategi dalam kaitannya dengan pencapaian tujuan jangka panjang. Hanya saja Stephanie secara lebih detil menjelaskan bahwa strategi tersebut harus disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Tidak berbeda jauh dengan pendapat-pendapat sebelumnya, strategi komunikasi menurut Effendy (2016) merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pendapat Effendy menyiratkan betapa pentingnya sebuah strategi komunikasi dalam upaya mencapai tujuan. Bahkan dapat dikatakan bahwa tujuan tidak dapat tercapai secara maksimal tanpa adanya strategi yang tepat.

Dalam konteks pembangunan, strategi komunikasi yang lebih dikenal sebagai strategi komunikasi pembangunan merupakan aktivitas komunikasi yang mensupport pembangunan. Namun demikian bukan berarti posisi strategi komunikasi dalam proses pembangunan tidak menjadi penting. Berbicara mengenai strategi komunikasi pembangunan khususnya dalam upaya pengentasan kemiskinan di perdesaan tidak bisa dilepaskan dari 2 pendekatan besar yakni pendekatan mekanik dan pendekatan organik. Seperti yang telah disampaikan pada poin sebelumnya bahwa kedua pendekatan tersebut merupakan pilihan terbaik di jamannya. Akan tetapi untuk kondisi sekarang penerapan salah satu pendekatan dari

kedua pendekatan secara saklek tampaknya menjadi kurang tepat lagi. Kondisi tersebut tentu saja membutuhkan penyelesaian sehingga dapat menjadi solusi atau jalan tengah untuk mengatasi kekurangan yang ada pada kedua pendekatan tersebut.

Kehadiran dan perkembangan yang luar biasa akan teknologi informasi dan komunikasi yang berbasis internet tampaknya memunculkan janji dan harapan baru dalam pengentasan kemiskinan di perdesaan. *New media* dianggap efektif dalam menyebarkan berbagai pesan bagi masyarakat luas pada waktu yang sama dibandingkan media komunikasi lainnya. Luasnya cakupan wilayah serta tingkat interaktifitasnya yang tinggi dari *new media* tidak lepas dari kemampuan unik yang dimilikinya yakni *modelling* dan *processing*, *multi-channel communication*, serta *anonymity* (Leeuwis & Ban, 2004). Karakteristik *new media* sebagai media baru tersebut memberikan kemudahan pada berbagai pihak baik pemerintah maupun pihak terkait lainnya dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan. Di sisi lain juga membukakan ruang yang luas bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya baik secara horisontal maupun vertikal. Selain itu masyarakat baik secara individu maupun kelompok juga mempunyai hak untuk memanfaatkan media dan dilayani oleh media sesuai dengan kebutuhannya (McQuail, 1996).

Pendapat-pendapat di atas menyiratkan bahwa media baru ini membukakan wacana baru dalam strategi komunikasi pembangunan khususnya pengentasan kemiskinan di perdesaan dan dapat menjembatani kedua pendekatan yang bertolak belakang. *New media* dapat menjadi jalan tengah ketika proses pembangunan yang dijalankan membutuhkan kecepatan. Pesan-pesan yang disampaikan melalui *new media* ini memungkinkan untuk mencapai khalayak dalam waktu yang cepat dan bersamaan. Di sisi lain, ketika dibutuhkan partisipasi yang lebih besar dari masyarakat dalam program pengentasan kemiskinan di perdesaan, *new media* juga mampu memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan ide dan pendapatnya karena komunikator dalam *new media* tidak harus sebuah lembaga seperti halnya pada media komunikasi massa dan tidak memerlukan prosedur yang lama dan rumit. Masyarakat dapat menyampaikan aspirasinya kapan saja tanpa ada rasa ewuh pakewuh seperti halnya ketika harus bertemu secara tatap muka.

KESIMPULAN

Pertarungan dua pendekatan yang bertolak belakang dalam pembangunan khususnya pengentasan kemiskinan di perdesaan dengan

berbagai kelebihan dan kelemahan masing-masing tidak menjadikan upaya pengentasan kemiskinan di perdesaan menjadi berhenti. Berbagai upaya pengentasan kemiskinan di perdesaan harus terus berjalan seiring dengan kebutuhan dan peluang-peluang baru yang tercipta yang dimanage sedemikian rupa dalam sebuah strategi komunikasi pembangunan. Kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi memunculkan harapan baru dalam upaya mengurangi angka kemiskinan di perdesaan yang tentu saja harus diikuti dengan identifikasi permasalahan dan potensi solusi yang dimungkinkan dan mengemasnya dalam sebuah rumusan strategi komunikasi pembangunan yang tepat.

New media dengan sifat dan karakteristiknya hadir dan berpeluang memberikan solusi atas kebuntuan dari kedua pendekatan tersebut. *New media* mampu diandalkan dalam hal kecepatan penyampaian pesan dan juga tidak mengabaikan keberadaan masyarakat. Masyarakat justru memiliki ruang yang terbuka untuk menyampaikan aspirasi dan pendapatnya sehingga masyarakat tetap dapat menjadi bagian yang penting dalam strategi komunikasi pembangunan.

DAFTAR PUSTAKA

Akindola, Rufus B. 2009. *Towards a Definition of Poverty. Poor People's Perspectives and Implications for Poverty Reduction. Journal of Developing Societies* 25 (2): 121-150

Aliber, Michael. 2003. *Chronic Poverty in South Africa: Incidence, Causes and Policies. World Development* 31 (3):473-490

Bahiigwa, Godfrey, et.al. 2005. *Right Target, Wrong Mechanism?. Agricultural Modernization and Poverty Reduction in Uganda. World Development* 33 (3): 481-496

Carr, Edward R. 2008. *Rethinking poverty alleviation: a 'poverties' approach. Development in Practice* 18 (6): 726-734

Carter, Michael R. 1999. *Poverty, livelihood and class in rural South Africa. World Development* 27 (1): 1-20

Carter, Michael R & Christopher B Barret. 2006. *The economics of poverty traps and persistent poverty: An asset-based approach. Journal of Development Studies* 42(2): 178-199

David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis. Salemba Empat. Jakarta*

- Effendy, Onong Uchjana. 2016. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Cetakan ke-27. PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung.
- Ellis, Frank & Godfrey Bahigwa, 2003. *Livelihoods and Rural Poverty Reduction in Uganda*. [*World Development*](#) 31 (6): 997-1013
- Ellis, Frank & Ntengua Mdoe. 2003. *Livelihoods and Rural Poverty Reduction in Tanzania*. *World Development* 31 (8): 1367-1384
- Ellis, Frank, Milton Kutengule & Alfred Nyasulu., 2007. *Livelihoods and Rural Poverty Reduction in Malawi*. [*World Development*](#) 31 (9): 1495-1510
- Francis, Paul & Robert James, 2003. *Balancing Rural Poverty Reduction and Citizen Participation: The Contradictions of Uganda's Decentralization Program*. [*World Development*](#) 31 (2): 325-337
- Fulcher, James & John Scott, 1995. *Sociology*. Oxford: Oxford University Press
- Haggblade, Steven, Peter Hazel & Thomas Reardon, 2010. *The Rural Non-farm Economy: Prospects for Growth and Poverty Reduction*. [*World Development*](#) 38 (10): 1429-1441
- Hejrn, Benny and Porter, David, 1981. 'Implementation Structure: a New Unit of administrative analysis, *Organisation Studies* 2 (3): 211-227
- Hejrn, Benny, 1982. (1982). 'Implementation Research-The Link Gone Missing', *Journal of Public Policy* 2(3): 301-308
- _____ and Hull, Chris (1982). 'Implementation Research as Empirical Constitutionalism', *European Journal of Political Research* 10 (2): 105-115
- Honadle, George and Jerry VanSant.1985. "Implementation for Sustainability, Lesson from Integrated Rural Development, Kumarian Press, West Hartford Connecticut
- Kleine, Dorothea and Tim Unwin. 2009. *Technological Revolution, Evolution, and New Dependencies: what's new about ict4d?*. *Third World Quartely* 30 (5): 1045-1067
- Leeuwis, Cees & Ban, Anne van den, 2004. *Communication for Rural Innovation. Rethinking Agricultural Extension. Third Edition*. Blackwell Publishing Ltd
- McQuail, Dennis, 1996. *Teori Komunikasi Massa. Suatu Pengantar*. Edisi Kedua. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Mosley, P, 2001. *Microfinance and Poverty in Bolivia*, [*Journal of Development Studies*](#) 37 (4): 101-132
- Sabathier, Paul A, 1986. 'Top-Down and Bottom-Up approaches to Implementation Research: a Critical analysis and Suggested Synthesis, *Journal of Public Policy* 6 : 21-48

Servaes, Jan, 2008. *Communication for Development and Social Change*. Sage Publications India Pvt Ltd: New Delhi

Soetomo, 2006. *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta

Towsend, P, 1974. 'The Concept of Poverty', in D. Wedderburn (ed). *Poverty, Inequality and Class Structure* (Cambridge: Cambridge University Press)

Umar, Husein, 2002. *Strategic Management in Action*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

von Braun, Joachim, 2008 in Josef Lorenz. *ICT for The Next Five Billion People*. Paperback

Sumber lain:

[https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/01/02/1413/persentase-
penduduk-miskin-september-2017-mencapai-10-12-persen.html](https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/01/02/1413/persentase-penduduk-miskin-september-2017-mencapai-10-12-persen.html), diakses 20
Mei 2018

**IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM
MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA DI LINGKUNGAN
APARATUR DESA DI DESA
(Studi Survey Terhadap Aparatur Kelurahan Wonorejo,
Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar)**

A. Anditha Sari, Jahid Syaifullah

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia dalam berbagai macam metode pertukaran makna untuk pencapaian tujuannya. Aktifitas dasar yang berwujud pertukaran makna akan memberikan bentuk timbal balik baik itu secara langsung ataupun tidak langsung. Dengan adanya komunikasi inilah kita dapat saling memberikan respon atas pesan yang di berikan atas kita. Melalui bentuk pemberian respon inilah kita dapat saling mengenal. Saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari, dala kehidupan organisasi, kehidupan sosial, bahkan kehidupan organisasi di lingkungan wilayah kerja di lingkup yang lebih luas.

Selain faktor komunikasi, di dalamnya penting sekali sebuah perusahaan juga mempertahankan eksistensi di dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat. Perindustrian di indonesia khususnya saat ini sedang berada di wilayah era persaingan bebas, itu artinya persaingan tidak hanya pada wilayah perusahaan nasional saja, bahkan juga perusahaan internasional. Di level keterbukaan informasi, akhirnya pihak pemerintah pun terutama unit terkecil dari sebuah kehidupan masyarakat di tuntutan untuk lebih memberikan pelayanan yang terbaik dalam mengayomi masyarakat yang merupakan bagian dari roda perindustrian berbasis kerakyatan.

Desa adalah daerah politik yang otonom. Fungsi kecamatan dalam konteks ini adalah sekedar menjalankan fungsi administratif dan koordinatif di wilayah kecamatan, sesuai dengan status kecamatan yang tidak lagi menjadi sebuah wilayah kekuasaan melainkan sekedar sebagai perpanjangan dari kabupaten. Di desa, pembangunan ditujukan untuk kemajuan desa dan berdampak pada kesejahteraan masyarakatnya. Pembangunan desa harus dapat melihat apa saja yang menjadi potensi dari desa yang bisa diangkat dan dijadikan suatu peluang untuk desa agar desa tersebut dapat memiliki keunggulan yang berbeda dengan desa lainnya meskipun desa-desa tersebut berada didalam suatu kecamatan yang sama.

Pembangunan di desa dapat meliputi pembangunan dalam bidang pertanian, perternakan, perkebunan atau lain sebagainya sesuai dengan potensi-potensi yang ada di setiap daerah desa tersebut. Wonorejo adalah desa di kecamatan Gondangrejo, Karanganyar, Jawa Tengah, Indonesia. Desa Wonorejo dalam waktu dekat akan terkena dampak proyek pembangunan Jalan Tol Solo-Ngawi. Rencananya pada akhir 2008 pembebasan tanah sudah selesai. Desa Wonorejo merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Gondangrejo, kabupaten Karanganyar. Wonorejo berasal dari kata Wono dan Rejo, dimana wono atau Wana menunjuk pada arti Hutan dan Rejo menunjuk pada arti ramai. Harapannya desa ini dapat menjadi hutan yang ramai di kemudian hari. Kelurahan Wonorejo terdiri dari beberapa dusun, diantaranya Jetak, Sugihwaras, Sadon, Ceplukan, Selorejo, Sanggrahan, Saudan, Watuburik, Klebet.

Sesuai dengan PerBup Karanganyar Nomor 25 Tahun 2006, Susunan Organisasi yang ada di Kelurahan Wonorejo terdiri dari Lurah (Kepala Desa), Sekretaris Desa, Kepala Urusan Keuangan (Kaur Keuangan), Kepala Urusan Umum (Kaur Umum), Kepala Urusan Pemerintahan (Kaur Pemerintahan), Kepala Urusan Kesejahteraan Masyarakat (Kaur Kesra), Kepala Urusan Pembangunan (Kaur Pembangunan), Kepala Urusan Ketentraman dan Ketertiban (Kaur Trantip), Kepala Dusun (Kadus). Kelurahan Wonorejo dipimpin oleh seorang kepala desa dengan dibantu staff dan organisasi otonom di bawahnya.

Iklm komunikasi organisasi penting bagi keberlangsungan sebuah kehidupan organisasi, karena dengan mengetahui iklim komunikasi suatu organisasi kita dapat memahami lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi dalam bersikap sesuai dengan harapan pemangku jabatan utama dalam menetapkan tujuan secara bersama. Iklim komunikasi organisasi tidak semata-mata terjalin dalam hubungan khusus saja di wilayah kerja di kelurahan, namun juga terlihat dari hubungan komunikasi keseharian mereka di luar lingkungan kerjasebagai pengayom masyarakat desa.berkaitan dengan hal tersebut, maka komunikasi di rasakan sangat penting dan merupakan sumber bagi kehidupan dan kedinamisan sebuah bentuk hubungan yang saling memberikan respon dan feedback di wilayah pedesaan. Dengan berkomunikasi dan saling memberikan *feedback*, seorang pemangku jabatan di wilayah pedesaan akan memahami keadaan realitas yang terjadi di level kehidupan masyarakat dan mampu memberikan motivasi kerja dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Menuju kepada hal tersebut, sehingga perlu pemahaman bersama para anggota pemangku jabatan pegawai kelurahan di masyarakat untuk total dalam

memberikan pelayanan kepada segala aspek kehidupan yang menjadi bagian dari masyarakat. Namun tidak dapat di pungkiri bahwa para pelaku kerja di wilayah pedesaan ada beberapa hambatan yang mempengaruhi pelayanan mereka kepada masyarakat.

Hambatan-hambatan dalam pelaksanaan yang dihadapi oleh pemerintah Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar yakni Profil topografi desa dengan wilayah yang cukup luas dengan jumlah sembilan dusun dibawah membuat proses komunikasi di Desa Wonorejo menjadi hal yang harus dicermati dalam upaya meningkatkan percepatan pembangunan. Pelaksanaan program bantuan desa yang digulirkan oleh pemerintah baik pemerintah pusat maupun daerah, pada saat ini menuntut adanya partisipasi masyarakat baik dalam hal perencanaan maupun pelaksanaannya. Tuntutan adanya partisipasi masyarakat agar suatu program bantuan dapat terlaksana, maka komunikasi organisasi desa baik antara pimpinan desa dengan perangkat desa maupun perangkat desa dengan masyarakat menjadi salah satu faktor yang penting untuk mempercepat proses pembangunan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah seberapa besar kepuasan aparatur pemerintah di kelurahan wonorejo terhadap dimensi iklim komunikasi organisasinya dalam meningkatkan motivasi kerja. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan aparatur pemerintah di kelurahan wonorejo terhadap dimensi iklim komunikasi organisasinya dalam meningkatkan motivasi kerja di Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar. Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam dunia perilaku komunikasi organisasi di wilayah pedesaan yang merupakan suatu bagian dari komunikasi massa yang didalamnya terdapat teori-teori komunikasi, yang perlu dianalisis dan dipelajari dan sebagai bahan kajian dan evaluasi bagi pemangku jabatan di wilayah kerja pedesaan dalam memberikan bentuk pelayanan kepada masyarakat di sekitar desa.

TINJAUAN PUSTAKA

Istilah komunikasi berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama sama yang dimaksud adalah sama makna. Maka, komunikasi akan terjadi jika ada kesamaan makna antara dua orang dalam percakapan. Menurut Onong Uchjana Effendy, M.A (2011:9-10) ilmu komunikasi adalah: *upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta*

pembentukan pendapat dan sikap. komunikasi adalah proses merubah perilaku orang lain, akan tetapi seseorang akan dapat merubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain, apabila komunikasi itu memang komunikatif atau memiliki kesamaan makna.

Memahami pengertian komunikasi dapat dilancarkan secara efektif, Lasswell mengatakan bahwa cara terbaik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan *Who says what in which channel to whom with what effect?*. *Who* diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku utama atau pihak maupun suatu wilayah sebagai komunikator. *Say What (message)* menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. *In Which Channel (channel, media)* adalah suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik). *Whom (communicant, communicate, receiver, recipient)* bisa siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, dan organisasi yang menerima pesan dari sumber. *Which What Effect (effect, impact, influence)* merupakan dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan.

Dari paradigma diatas, nampak komunikasi berperan dalam menumbuhkan kesejahteraan manusia baik dalam bidang kehidupan sehari-hari atau dalam sebuah organisasi. Organisasi sendiri menurut (Burhan, 2006:28) merupakan kelompok individu yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi Organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.

Sebagai sebuah organisasi menurut Muhammad (2005:20) memiliki tiga komponen pokok yaitu sistem interaksi, hidup terus, dan eksklusif. Dalam penerapan tiga komponen utama ini seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi kebawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gossip."

Tentu proses komunikasi berjalan dengan tidak melupakan fungsi-fungsi sebuah organisasi. Fungsi organisasi menurut Burhan (2006:30-31) bahwa organisasi berfungsi sebagai fungsi *informative*, fungsi *regulative*,

fungsi *persuasive* dan fungsi *integratif*. Proses komunikasi di dalam organisasi yang berjalan untuk pencapaian fungsi-fungsi komunikasi akan menciptakan iklim sebuah organisasi. Pencapaian fungsi-fungsi sebuah organisasi merupakan salah satu persepsi kepuasan komunikasi organisasi. Kepuasan komunikasi organisasi kemudian mempengaruhi perilaku orang-orang yang berada di dalam organisasi tersebut. Sehingga nantinya organisasi dapat mengambil tindakan yang paling tepat untuk mengembangkan organisasi. Iklim komunikasi organisasi terdiri dari persepsi-persepsi atas unsur-unsur organisasi dan pengaruh unsur-unsur tersebut terhadap komunikasi. Suatu iklim komunikasi berkembang dalam konteks organisasi.

Pace and Faules mengatakan iklim komunikasi organisasi terdiri dari persepsi-persepsi atas unsur-unsur organisasi dan pengaruh unsur-unsur tersebut terhadap komunikasi. (Pace dan Faules, 2002). Iklim komunikasi organisasi kemudian dijabarkan oleh (Muhammad, 2004:67) yang terdiri dari persepsi-persepsi, suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik antar persona dan kesempatan bagi pertumbuhan dlm organisasi tersebut. Iklim komunikasi yang penuh rasa persaudaraan mendorong para anggota organisasi untuk berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah dengan anggota yang lain. Sedangkan iklim komunikasi yang negatif menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan.

Berdasarkan pengertian iklim komunikasi organisasi diatas, nampak enam dimensi yang dapat dijadikan evaluasi. Enam dimensi tersebut menurut Steve Kelner dalam lila (2002:42) adalah *Flexibility conformity, Responsibility, Standards, Reward, Clarity dan team Commitment*. Enam dimensi ini jika dijalankan akan memperlihatkan adanya kinerja yang optimal antara individu dan organisasi. Seperti yang diutarakan konsep dasar dari teori penetapan tujuan bahwa seseorang yang memahami tujuan akan mempengaruhi perilaku kerjanya. Perilaku individu diatur oleh ide dan niat seseorang, sehingga sasaran dapat di pandang sebagai tujuan atau tingkat kerja yang ingin di capai oleh individu. Jika seseorang individu berkomitmen untuk mencapai tujuannya, maka hal ini akan mempengaruhi tindakannya dan mempengaruhi konsekuensi kerjanya. Teori ini juga menjelaskan bahwa penetapan tujuan yang menantang dan dapat di ukur hasilnya akan dapat meningkatkan motivasi kerja yang di ikuti dengan kemampuan dan keterampilan kerja yang meningkat.

Motivasi kerja diungkapkan Veithzal Rivai (2011:839) sebagai kondisi yang dapat membangkitkan, mengarahkan dan memelihara

perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja. Ditambahkan oleh Sadili Samsudin (2006:81), motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan.

Motivasi kerja dapat muncul jika prinsip-prinsip untuk membangkitkan motivasi terpenuhi. Seperti yang diungkapkan oleh Anwar (2009:61) ada 5 prinsip yang perlu menjadi perhatian yaitu ; prinsip partisipasi, prinsip komunikasi, prinsip mengakui andil pegawai, prinsip pendelegasian wewenang, dan prinsip memberi perhatian. Prinsip ini dapat diwujudkan dalam bentuk kompensasi bentuk uang, pengarahan dan pengendalian, penerapan pola kerja yang efektif, serta kebajikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tingkat kepuasan aparatur pemerintahan desa terhadap kinerja kepala desa yang digambarkan menggunakan deskriptif kuantitatif, yaitu menggambarkan tingkat kepuasan menggunakan angka-angka berdasarkan hasil jawaban terhadap kuesioner penelitian.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis univariat, yaitu mendeskripsikan enam komponen iklim organisasi menggunakan skor tendensi sentral (skor terendah, skor tertinggi, rata-rata, nilai tengah dan standar deviasi) masing-masing skor jawaban kuesioner. Kategori tingkat kepuasan dibagi menjadi tiga kategori yaitu:

Rendah, jika skor < 56%

Sedang, jika skor 56% - 75%

Tinggi, jika skor > 75%

Penelitian ini dilakukan pada staff para aparatur pemerintah setempat yang terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kepala Urusan Keuangan, Kepala Urusan Umum, Kepala Urusan Pemerintahan, Kepala Urusan Kesejahteraan Masyarakat, Kepala Urusan Pembangunan, Kepala Urusan Ketentraman dan Ketertiban, dan Kepala Dusun yang ada di Kelurahan wonorejo, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar dengan jumlah sample penelitian 45 orang.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yaitu (1). Data Primer, adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan pada responden yang dipilih. (2). Data Sekunder, adalah data yang pengumpulannya dilakukan oleh pihak lain berupa dokumen tertulis.

HASIL PENELITIAN

Iklim organisasi penting untuk diciptakan karena merupakan persepsi seseorang tentang apa yang diberikan oleh organisasi dan dijadikan dasar bagi penentuan tingkah laku anggota selanjutnya. Iklim ditentukan oleh seberapa baik anggota diarahkan, dibangun dan dihargai oleh organisasi. Batasan pengertian iklim organisasi itu bisa dilihat dalam dimensi iklim organisasi.

Steve Kelner menyebutkan enam dimensi iklim organisasi. Dimensi pertama *flexibility conformity*. *Fleksibilitas* dan *comfomity* merupakan kondisi organisasi yang memberikan keleluasan bertindak bagi karyawan serta melakukan penyesuaian diri terhadap tugas-tugas yang diberikan. Hasil analisis data terhadap skor *flexibility*, diperoleh skor terendah 8, skor tertinggi 16, rata-rata 11,73, nilai tengah 12,00, dan simpangan baku 1,85. Sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap iklim organisasi adalah 74,18% (sedang). Nampak pada tabel 4.1 di bawah ini

Tabel 4. 1. Tendensi Sentral skor *Flexibility*.

| Skor terendah (Min) | Skor tertinggi (Max) | Rata-rata (Mean) | Nilai tengah (Median) | Simpangan baku (SD) |
|---------------------|----------------------|------------------|-----------------------|---------------------|
| 8 | 16 | 11,73 | 12,00 | 1,85 |

Selanjutnya Tabel 4.2 gambaran tingkat kepuasan terhadap komponen *flexibility* pada penerapan iklim organisasi di Desa Wonorejo adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Komponen *Flexibility*

| No | Tingkat kepuasan | Frekuensi | Persentase (%) |
|----|------------------|-----------|----------------|
| 1. | Rendah | 2 | 4% |
| 2. | Sedang | 31 | 69% |
| 3. | Tinggi | 12 | 27% |
| | Total | 45 | 100% |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi tertinggi adalah sedang sebanyak 31 responden (69%), selanjutnya tinggi sebanyak 12 responden (27%), dan rendah sebanyak 2 responden(4%). Frekuensi tingkat kepuasan komponen *flexibility* dirasakan oleh responden dalam tingkat sedang. Hal ini berkaitan dengan aturan yang ditetapkan organisasi, kebijakan dan prosedur yang ada. Penerimaan terhadap ide-ide yang baru

merupakan nilai pendukung di dalam mengembangkan iklim organisasi yang kondusif demi tercapainya tujuan organisasi.

Dimensi kedua, *Responsibility*. Hal ini berkaitan dengan perasaan karyawan mengenai pelaksanaan tugas organisasi yang diemban dengan rasa tanggung jawab atas hasil yang dicapai, karena mereka terlibat di dalam proses yang sedang berjalan.. Hasil analisis data terhadap skor *Responsibility*, diperoleh skor terendah 9, skor tertinggi 14, rata-rata 11,87, nilai tengah 12,00, dan simpangan baku 1,38.. Sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap iklim organisasi adalah 78,67% (Kuat). Lihat Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Tendensi Sentral skor *Responsibility*

| Skor terendah (Min) | Skor tertinggi (Max) | Rata-rata (Mean) | Nilai tengah (Median) | Simpangan baku (SD) |
|---------------------|----------------------|------------------|-----------------------|---------------------|
| 9 | 14 | 11,87 | 12,00 | 1,38 |

Selanjutnya Tabel 4.4 gambaran tingkat kepuasan terhadap komponen *responsibility* pada penerapan iklim organisasi di Desa Wonorejo adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Komponen *Responsibility*

| No | Tingkat kepuasan | Frekuensi | Persentase (%) |
|----|------------------|-----------|----------------|
| 1. | Rendah | 0 | 0% |
| 2. | Sedang | 30 | 67% |
| 3. | Tinggi | 15 | 33% |
| | Total | 45 | 100% |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi tertinggi adalah sedang sebanyak 30 responden (67%) dan tinggi sebanyak 15 responden (33%).

Dimensi ketiga, *Standards*. *Standards* merupakan refleksi perasaan karyawan tentang kondisi organisasi dimana manajemen memberikan perhatian kepada pelaksanaan tugas dengan baik, tujuan yang telah ditentukan serta toleransi terhadap kesalahan atau hal-hal yang kurang sesuai atau kurang baik. Hasil analisis data terhadap skor *standard* diperoleh skor terendah 8, skor tertinggi 14, rata-rata 11,20, nilai tengah 11,00, dan simpangan baku 1,38. Sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap iklim organisasi adalah 75,27% (tinggi). Lihat Tabel 4.5

Tabel 4.5. Tendensi Sentral skor *Standards*

| Skor terendah (Min) | Skor tertinggi (Max) | Rata-rata (Mean) | Nilai tengah (Median) | Simpangan baku (SD) |
|---------------------|----------------------|------------------|-----------------------|---------------------|
| 8 | 14 | 11,20 | 11,00 | 1,38 |

Selanjutnya gambaran tingkat kepuasan terhadap komponen standar pada penerapan iklim organisasi di Desa Wonorejo adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Komponen *Standards*

| No | Tingkat kepuasan | Frekuensi | Persentase (%) |
|----|------------------|-----------|----------------|
| 1. | Rendah | 1 | 2% |
| 2. | Sedang | 35 | 78% |
| 3. | Tinggi | 9 | 20% |
| | Total | 45 | 100% |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi tertinggi adalah sedang sebanyak 35 responden (78%), tinggi sebanyak 9 responden (20%) dan rendah sebanyak 1 responden (2%).

Dimensi keempat, *Reward*. Hal ini berkaitan dengan perasaan karyawan tentang penghargaan dan pengakuan atas pekerjaan yang baik. Hasil analisis data terhadap skor reward, diperoleh skor terendah 8, skor tertinggi 17, rata-rata 13,84, nilai tengah 14,00, dan simpangan baku 2,02. Sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap iklim organisasi adalah 74,35% (sedang). Lihat Tabel 4.7.

Tabel 4.7. Tendensi Sentral skor *Reward*

| Skor terendah (Min) | Skor tertinggi (Max) | Rata-rata (Mean) | Nilai tengah (Median) | Simpangan baku (SD) |
|---------------------|----------------------|------------------|-----------------------|---------------------|
| 8 | 17 | 13,84 | 14,00 | 2,02 |

Selanjutnya gambaran tingkat kepuasan terhadap komponen reward pada penerapan iklim organisasi di Desa Wonorejo adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Komponen *Reward*

| No | Tingkat kepuasan | Frekuensi | Persentase (%) |
|----|------------------|-----------|----------------|
| 1. | Rendah | 5 | 11% |
| 2. | Sedang | 30 | 67% |
| 3. | Tinggi | 10 | 22% |
| | Total | 45 | 100% |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi tertinggi adalah sedang sebanyak 30 responden (67%), tinggi sebanyak 10 responden (22%) dan rendah sebanyak 5 responden (11%).

Dimensi kelima, *Clarity*. Terkait dengan perasaan pegawai bahwa mereka mengetahui apa yang diharapkan dari mereka berkaitan dengan pekerjaan, peranan dan tujuan organisasi. Hasil analisis data terhadap skor *clarity*, diperoleh skor terendah 7, skor tertinggi 14, rata-rata 10,20, nilai tengah 10,00, dan simpangan baku 1,85. Nilai rata-rata adalah 10,20 sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap iklim organisasi adalah 71,20% (sedang). Lihat Tabel 4.9

Tabel 4.9. Tendensi Sentral skor *Clarity*

| Skor terendah (Min) | Skor tertinggi (Max) | Rata-rata (Mean) | Nilai tengah (Median) | Simpangan baku (SD) |
|---------------------|----------------------|------------------|-----------------------|---------------------|
| 7 | 14 | 10,20 | 10,00 | 1,85 |

Selanjutnya gambaran tingkat kepuasan terhadap komponen *clarity* pada penerapan iklim organisasi di Desa Wonorejo adalah sebagai berikut.

Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Komponen *Clarity*

| No | Tingkat kepuasan | Frekuensi | Persentase (%) |
|----|------------------|-----------|----------------|
| 1. | Rendah | 10 | 22% |
| 2. | Sedang | 30 | 67% |
| 3. | Tinggi | 5 | 11% |
| | Total | 45 | 100% |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi tertinggi adalah sedang sebanyak 30 responden (67%), rendah sebanyak 10 responden (22%) dan tinggi sebanyak 5 responden (11%).

Dimensi keenam, *Tema Commitment*. Dimensi ini berkaitan dengan perasaan karyawan mengenai perasaan bangga mereka memiliki organisasi dan kesediaan untuk berusaha lebih saat dibutuhkan. Hasil analisis data terhadap skor *Team Commitment*, diperoleh skor terendah 6, skor tertinggi 12, rata-rata 9,80, nilai tengah 10,00, dan simpangan baku 1,49. Nilai rata-rata adalah 9,80 sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap iklim organisasi adalah 71,60% (sedang). Lihat Tabel 4.11.

Tabel 11. Tendensi Sentral skor *Team Commitment*

| Skor terendah (Min) | Skor tertinggi (Max) | Rata-rata (Mean) | Nilai tengah (Median) | Simpangan baku (SD) |
|---------------------|----------------------|------------------|-----------------------|---------------------|
| 6 | 12 | 9,80 | 10,00 | 1,49 |

Selanjutnya gambaran tingkat kepuasan terhadap komponen *Team Commitment* pada penerapan iklim organisasi di Desa Wonorejo adalah sebagai berikut.

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Komponen *Team Commitment*

| No | Tingkat kepuasan | Frekuensi | Persentase (%) |
|----|------------------|-----------|----------------|
| 1. | Rendah | 7 | 16% |
| 2. | Sedang | 38 | 84% |
| 3. | Tinggi | 0 | 0% |
| | Total | 45 | 100% |

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi tertinggi adalah sedang sebanyak 38 responden (84%) dan rendah sebanyak 7 responden (16%).

DISKUSI

Teori penetapan tujuan menurut Birnberg dalam Mahennoko (2011:76) yaitu model individual yang menginginkan untuk memiliki tujuan, memilih tujuan dan menjadi termotivasi untuk mencapai tujuan-tujuan. Inti dari teori ini memperlihatkan "salah satu dari karakteristik perilaku seseorang yang terus berlangsung sampai perilaku itu mencapai penyelesaiannya, sekali seseorang mulai sesuatu (seperti suatu pekerjaan, sebuah proyek baru), ia terus mendesak sampai tujuan tercapai.

Proses penetapan tujuan menurut Wangmuba dalam bukunya Ramande (2009) dijelaskan bahawa (*goal setting*) dapat dilakukan berdasarkan prakarsa sendiri/diwajibkan oleh organisasi sebagai satu kebijakan. *Goal setting theory* menjelaskan hubungan antara tujuan yang ditetapkan dengan prestasi kerja (kinerja).

Melihat penjelasan diatas terlihat bahwa Konsep dasar teori ini adalah seseorang yang memahami tujuan (apa yang diharapkan organisasi kepadanya) akan mempengaruhi perilaku kerjanya.). Dalam studi survey ini, peneliti ingin melihat pengaruh iklim komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja berdasarkan penetapan tujuan yang berasumsi kepada perasaan karyawan mengenai pelaksanaan tugas organisasi yang diemban dengan rasa tanggung jawab atas hasil yang dicapai selama terlibat di dalam proses organisasi.

Iklim komunikasi organisasi menjadi kajian dalam penelitian ini karena dalam iklim komunikasi organisasi peneliti dapat menangkap persepsi-persepsi, suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-

harapan, konflik antar persona dan kesempatan bagi pertumbuhan dlm organisasi tersebut. Sebagai contoh saat bekerja atasan melibatkan pegawai dalam rapat-rapat organisasi atau atasan mendukung perbedaan pendapat diantara karyawan.

Iklim komunikasi yang penuh rasa persaudaraan menurut Muhammad (2004:85) mendorong para anggota organisasi untuk berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah dengan anggota yang lain. Sedangkan iklim komunikasi yang negatif menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan. Iklim komunikasi organisasi dapat dievaluasi melalui enam dimensi menurut Steve Kelner adalah *Flexibility conformity, Responsibility, Standards, Reward, Clarity dan Tema Commitmen*.

Flexibility conformity merupakan kondisi organisasi yang memberikan keleluasan bertindak bagi karyawan serta melakukan penyesuaian diri terhadap tugas-tugas yang diberikan. Pertanyaan-pertanyaan yang dimunculkan antara lain atasan memberikan petunjuk kepada pegawai saat bekerja dan dalam kondisi mendesak pegawai dapat mengambil keputusan sendiri. Dari hasil analisis data terhadap skor *flexibility*, diperoleh skor terendah 8, skor tertinggi 16, rata-rata 11,73, nilai tengah 12,00, dan simpangan baku 1,85. Sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap dimensi *Flexibility conformity* iklim komunikasi organisasi di Kelurahan Wonorejo adalah 74,18% (sedang).

Dimensi kedua yaitu *Responsibility*. Hal ini berkaitan dengan perasaan karyawan mengenai pelaksanaan tugas organisasi yang diemban dengan rasa tanggung jawab atas hasil yang dicapai, karena mereka terlibat di dalam proses yang sedang berjalan. Pertanyaan yang dimunculkan dalam penelitian antara lain atasan mau memberikan jawaban atas pertanyaan pegawai, pegawai merasa diikutkan dalam rapat-rapat organisasi, pegawai bebas melontarkan pendapat dalam rapat organisasi, dan pegawai merasa kegiatan komunikasi berlangsung baik dalam organisasi. Dari berbagai pertanyaan diatas hasil analisis data yang muncul terhadap skor *Responsibility*, diperoleh skor terendah 9, skor tertinggi 14, rata-rata 11,87, nilai tengah 12,00, dan simpangan baku 1,38. Sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap dimensi *responsibility* iklim komunikasi organisasi di Kelurahan Wonorejo adalah 78,67% (tinggi)

Dimensi ketiga, *Standards*. *Standards* merupakan refleksi perasaan karyawan tentang kondisi organisasi dimana manajemen memberikan perhatian kepada pelaksanaan tugas dengan baik, tujuan yang telah ditentukan serta toleransi terhadap kesalahan atau hal-hal yang kurang

sesuai atau kurang baik. Pertanyaan yang dimunculkan dalam penelitian antara lain pegawai memiliki akses yang mudah berkaitan dengan pekerjaannya pegawai percaya pada sumber yang menyampaikan pesan atau informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, atasan memberikan jalan keluar terhadap permasalahan yang dihadapi pegawai, serta organisasi mau memberikan informasi tentang manajemen sebatas yang perlu diketahui pegawai secara terbuka. Dari berbagai pertanyaan diatas hasil analisis data yang muncul terhadap skor *standard* diperoleh skor terendah 8, skor tertinggi 14, rata-rata 11,20, nilai tengah 11,00, dan simpangan baku 1,38. Sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap dimensi *standard* terhadap iklim komunikasi di Kelurahan Wonorejo adalah 75,27% (tinggi).

Dimensi keempat, *Reward*. Hal ini berkaitan dengan perasaan karyawan tentang penghargaan dan pengakuan atas pekerjaan yang baik. Pertanyaan yang dimunculkan antara lain bagi organisasi kesejahteraan pegawai sangat penting untuk meningkatkan kinerja, dan atasan memperhatikan prestasi kerja pegawai. Dari berbagai pertanyaan diatas hasil analisis data terhadap skor *reward*, diperoleh skor terendah 8, skor tertinggi 17, rata-rata 13,84, nilai tengah 14,00, dan simpangan baku 2,02. Sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap dimensi *standard* iklim komunikasi organisasi di Kelurahan Wonorejo adalah 74,35% (sedang).

Dimensi kelima, *Clarity*. Terkait dengan perasaan pegawai bahwa mereka mengetahui apa yang diharapkan dari mereka berkaitan dengan pekerjaan, peranan dan tujuan organisasi. Pertanyaan yang dimunculkan dalam penelitian antara lain pegawai merasa atasan sudah memberikan informasi tentang aktifitas dan tujuan organisasi, pegawai mengetahui tujuan organisasi, pegawai menganggap tujuan tersebut sudah benar, pegawai percaya semua kegiatan dalam organisasi adalah legal (sah). Dari berbagai pertanyaan tersebut hasil analisis data terhadap skor *clarity*, diperoleh skor terendah 7, skor tertinggi 14, rata-rata 10,20, nilai tengah 10,00, dan simpangan baku 1,85. Nilai rata-rata adalah 10,20 sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap dimensi *clarity* iklim komunikasi organisasi di Kelurahan Wonorejo adalah 71,20% (sedang).

Dimensi keenam, *Team Commitment*. Dimensi ini berkaitan dengan perasaan karyawan mengenai perasaan bangga mereka memiliki organisasi dan kesediaan untuk berusaha lebih saat dibutuhkan. Pertanyaan yang dimunculkan dalam penelitian antara lain atasan membuat pegawai merasa dibutuhkan perusahaan, pegawai merasakan adanya dukungan dari atasan dalam bekerja, pegawai merasa atasan menghargai pendapat pegawai dan pegawai merasa dipercaya oleh atasan.,serta atasan menghargai perbedaan

pendapat diantara karyawan lainnya. dari berbagai pertanyaan tersebut hasil analisis data terhadap skor *Team Commitment* diperoleh skor terendah 6, skor tertinggi 12, rata-rata 9,80, nilai tengah 10,00, dan simpangan baku 1,49. Nilai rata-rata adalah 9,80 sehingga rata-rata kepuasan responden terhadap dimensi *Team Commitment* iklim komunikasi organisasi di Kelurahan Wonorejo adalah 71,60% (sedang).

Dari penjabaran masing-masing dimensi dalam iklim komunikasi organisasi diatas nampak bahwa koresponden rata-rata memiliki rasa kepuasan di dalam organisasinya sehingga apa yang diharapkan dalam penetapan tujuan sebelumnya dapat tercapai. Rasa kepuasan dari koresponden muncul karena persepsi serta evaluasi makro seseorang mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons atasan terhadap pegawai maupun antar pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik antar persona dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut telah berjalan dengan rasa keterbukaan dan persaudaraan. Iklim komunikasi organisasi yang seperti inilah menjadikan perilaku anggota dalam organisasi termotivasi dalam bekerja. Sesuai yang diungkapkan oleh Anwar (2009:61) bahwa motivasi kerja dapat muncul jika prinsip partisipasi, prinsip komunikasi, prinsip mengakui andil pegawai, prinsip pendelegasian wewenang, dan prinsip memberi perhatian terpenuhi.

KESIMPULAN

Kelurahan di Wonorejo merupakan salah satu bentuk organisasi pemerintah yang menjalankan fungsinya secara otonomi demi peningkatan kesejahteraan masyarakat desa wonorejo. Di dalam menjalankan fungsinya, setiap anggota dalam kelurahan mengetahui fungsi dan perannya dalam organisasi guna mencapai tujuan organisasi. Tujuan organisasi adalah organisasi meningkatkan partisipasi masyarakat desa agar pelaksanaan program bantuan desa yang digulirkan oleh pemerintah baik pemerintah pusat maupun daerah berjalan dengan baik.

Dengan adanya tuntutan partisipasi masyarakat agar suatu program bantuan dapat terlaksana, maka komunikasi organisasi desa baik antara pimpinan desa dengan perangkat desa maupun perangkat desa dengan masyarakat menjadi salah satu faktor yang penting untuk mempercepat proses pembangunan. Dalam studi survey ini, peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada 45 koresponden yang merupakan perangkat di kelurahan wonorejo ingin memperlihatkan tingkat kepuasan aparatur pemerintah di kelurahan wonorejo terhadap iklim komunikasi organisasi berdasarkan enam dimensi.

Dimensi pertama, Kepuasan aparat pemerintah desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar terhadap iklim komunikasi organisasi dimensi *flexibility* adalah kuat dengan rata-rata 11,87 atau 74,18%. Kedua, kepuasan terhadap iklim komunikasi organisasi dimensi *responsibility* adalah kuat dengan rata-rata 12,59 atau 78,67%. Ketiga, Kepuasan terhadap iklim komunikasi organisasi dimensi *standard* adalah kuat dengan rata-rata 12,04 atau 75,27%. Keempat, Kepuasan terhadap iklim komunikasi organisasi dimensi *reward* adalah kuat dengan rata-rata 14,87 atau 74,35%. Kelima, Kepuasan terhadap iklim komunikasi organisasi komponen *clarity* adalah kuat dengan rata-rata 11,39 atau 71,20%. Terakhir, Kepuasan terhadap iklim komunikasi organisasi dimensi *team commitment* adalah kuat dengan rata-rata 11,46 atau 71,60%.

Kepuasan yang dirasakan oleh aparat pemerintah terhadap iklim komunikasi organisasi tidak lepas dari persepsi setiap individu terhadap keterlibatannya di dalam organisasi, cara penyelesaian masalah dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut telah berjalan dengan rasa keterbukaan dan persaudaraan yang akhirnya memotivasi bagi setiap individu meningkatkan kerja berupa pemberian pelayanan bagi masyarakat desa di kelurahan wonorejo, Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni Muhammad. (2004). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara
- Arni, Muhammad. (2005). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara
- Bungin, Burhan. (2006). Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. (2011). Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Lila, R. (2002). Iklim Organisasi dan Budaya Perusahaan. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. (2002). Komunikasi Organisasi. Bandung: Rosdakarya.
- Pace, Wayne dan Don F. Faules (2010). Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rivai, Veithzal. (2011), Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktik, Jakarta : RajaGrafindo Persada
- Samsudin, Sadili. (2006). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. CV Pustaka Setia.

KOMUNIKASI DALAM PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK PENGEMBANGAN DAN PENGELOLAAN WISATA HUTAN MANGROVE PULAU BAII KOTA BENGKULU

Rasianna Br. Saragih

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu alternatif sumber pendapatan bagi daerah maupun negara, dimana sektor pariwisata termasuk dalam lima besar penghasil devisa negara setelah minyak dan gas bumi, minyak kelapa sawit, batu bara dan pakaian jadi. Pemerintah Indonesia, baik pusat maupun daerah menyadari pentingnya sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia. Sejak tahun 1978, pemerintah terus berusaha untuk mengembangkan kepariwisataan. Hal ini tertuang dalam TAP MPR No. IV/ MPR/ 1978, bahwa pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja dan memperkenalkan kebudayaan.

Keindahan alam yang sangat menarik, keberagaman budaya serta *historical heritage* yang ada pun menjadi salah satu keunggulan sektor pariwisata Indonesia. Potensi inilah yang terus dikembangkan dengan harapan dapat memberikan kemajuan pada sektor pariwisata di Indonesia secara umum dan daerah salah satunya Bengkulu.

Provinsi Bengkulu memiliki potensi wisata yang banyak yang jika dikembangkan akan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke Bengkulu. Potensi wisata yang terdapat di Bengkulu sangat beragam, diantaranya wisata pantai, dimana Bengkulu memiliki pantai yang indah dan panjang yang biasa disebut **Pantai Panjang**, dan dikenal juga sebagai pantai terpanjang kedua di dunia. Selain itu, terdapat pula tumbuhan Mangrove yakni pohon yang tumbuh di daerah pantai yang saat ini dimanfaatkan sebagai potensi wisata lingkungan. Juga terdapat wisata sejarah seperti Rumah Bung Karno, Rumah Fatmawati, Kampung Cina, Thomas Parr, Benteng Malborough, makam Sentot Ali Basa, dan lain sebagainya.

Salah satu potensi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan adalah kawasan wisata hutan mangrove yang berada di Kelurahan Sumber Jaya Kota Bengkulu, tepatnya di Kampung Sejahtera, yang berada persis di depan akses masuk TPI (Tempat Pelelangan Ikan) Pulau Baa Kota Bengkulu.

Akhir-akhir ini, objek wisata hutan mangrove banyak dikunjungi oleh wisatawan karena tumbuhan mangrove menawarkan keindahan alam dan menjadi tempat selfie yang menarik sehingga menarik banyak wisatawan yang berkunjung. Pada Objek wisata ini, para wisatawan dapat menikmati keindahan hutan mangrove yang tumbuh disekitar pantai dengan cara berkeliling menggunakan perahu. Biaya yang dikeluarkan untuk bisa mengelilingi tumbuhan mangrove juga relatif murah antara 10.000 - 15.000 per orang.

Objek wisata hutan mangrove di Kelurahan Sumber Jaya ini memiliki potensi untuk dikembangkan dan dikelola dengan baik dan serius. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu warga (Bapak Sangkut-Nelayan yang tinggal di Kampung Sejahtera), mengatakan bahwa “objek wisata ini awalnya hanya sebuah “kampung kumuh” yang mendapat perhatian dari pemerintah melalui “Proyek Masyarakat Pesisir”, yang bertujuan untuk memperbaiki kehidupan masyarakat yang tinggal di Kelurahan Sumber Jaya”.

Pengelolaan potensi wisata ini perlu dilakukan secara serius dalam rangka mensukseskan program Visit Bengkulu 2020. Agar dapat menjadi destinasi wisata yang menarik, maka peran komunikasi dalam menumbuhkan partisipasi masyarakat sangat diperlukan untuk pengembangan dan pengelolaan wisata hutan mangrove tersebut. Adanya partisipasi masyarakat akan membawa pengaruh positif. Maka dari itu, penting untuk menganalisis peran komunikasi dalam menumbuhkan partisipasi masyarakat Desa Kampung Sejahtera dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata Hutan Mangrove tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercekapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna, dengan lain perkataan, mengenai bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercekapkan.

Komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain (Efendi, 2005: 9).

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, komunikasi adalah hal yang sangat penting karena melalui komunikasi informasi bisa dipertukarkan. Komunikasi adalah instrumen untuk menyampaikan informasi, mempersuasi masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam pengelolaan dan pengembangan objek wisata hutan mangrove di desa Kampung Sejahtera Pulau Baii Kota Bengkulu.

Pengertian Partisipasi Masyarakat

Partisipasi merupakan kesediaan seseorang dalam melancarkan suatu program sesuai kemampuan dan keinginannya tanpa mengesampingkan yang lain agar program dapat berhasil. Keterlibatan seseorang akan sangat mempengaruhi keberhasilan program, dengan adanya partisipasi ini seseorang dapat mengemukakan pendapatnya baik dalam perencanaan maupun dalam pelaksanaan atau bahkan dalam evaluasi atau hasil program itu sendiri. Partisipasi bisa terjadi antara sesama anggota masyarakat atau masyarakat dengan pemerintah.

Secara garis besarnya partisipasi berarti keikutsertaan seseorang atau sekelompok orang pada suatu proses kegiatan. Pengertian tersebut selaras dengan pengertian dalam kamus besar sosiologi yang disebutkan bahwa, partisipasi merupakan keikutsertaan seseorang di dalam kelompok sosial untuk mengambil bagian dari kegiatan masyarakatnya, di luar pekerjaan atau profesinya sendiri (Teodorson, dalam Mardikanto dan Soebiato, 2013:81). Berdasarkan pendapat Mikkelsen terkait beberapa poin pengertian partisipasi (dalam Puspitasari, 2014:124-125), dapat dipahami bahwa partisipasi ada pada motif sukarela, adanya penyertaan pikiran dan emosi, adanya kepekaan dan adaptasi secara aktif untuk memunculkan komunikasi antar para pihak yang terlibat dalam aktivitas pelibatan masyarakat.

Partisipasi Masyarakat adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah dan

keterlibatan masyarakat dalam proses pengevaluasi perubahan yang terjadi. (Adi, 2007:27)

Sementara menurut pendapat Cohen dan Uphoff (1979, dalam Dwiningrum, 2011 : 61-62), partisipasi masyarakat dapat dilihat dari beberapa tahap berikut:

1. Partisipasi dalam pengambilan keputusan, partisipasi dalam hal pengambilan keputusan ini sangat penting, karena masyarakat dituntut untuk ikut menentukan arah dan orientasi pembangunan.
2. Partisipasi dalam pelaksanaan, ruang lingkup partisipasi dalam pelaksanaan suatu program meliputi, menggerakkan sumber daya dan dana, kegiatan administrasi dan koordinasi, serta penjabaran program.
3. Partisipasi dalam pengambilan manfaat; partisipasi ini tidak terlepas dari kualitas maupun kuantitas dari hasil pelaksanaan program yang bisa dicapai. Dari segi kualitas, keberhasilan dari suatu program akan ditandai dengan adanya peningkatan *output*, sedangkan dari segi kualitas dapat dilihat seberapa besar prosentase keberhasilan program yang dilaksanakan.
4. Partisipasi dalam evaluasi; bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan program telah sesuai dengan rencana yang ditetapkan atau justru ada penyimpangan.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat dikatakan bahwa partisipasi masyarakat merupakan keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk perencanaan, bekerjasama dalam pelaksanaan program, pemanfaatan keberhasilan program serta dalam hal mengevaluasi program yang telah dilaksanakan.

Bentuk Partisipasi Masyarakat

Menurut Dusseldorp (1981) dalam Aprilia Theresia (2014) identifikasi dari bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dapat berupa:

1. Menjadi anggota kelompok-kelompok masyarakat.
2. Melibatkan diri pada kegiatan diskusi kelompok.
3. Melibatkan diri pada kegiatan-kegiatan organisasi untuk menggerakkan partisipasi masyarakat.
4. Menggerakkan sumberdaya masyarakat.
5. Mengambil bagian dalam proses pengambilan keputusan.
6. Memanfaatkan hasil-hasil yang dicapai dari kegiatan masyarakatnya.

Sedangkan menurut Huraerah, (2011 :116) beberapa bentuk partisipasi masyarakat mencakup:

1. Partisipasi buah pikiran, yang diberikan dalam pertemuan atau rapat.

2. Partisipasi tenaga, yang diberikan partisipan dalam berbagai kegiatan untuk perbaikan atau pembangunan desa, pertolongan bagi orang lain dan sebagainya.
3. Partisipasi harta benda, yang diberikan orang dalam berbagai kegiatan untuk perbaikan atau pembangunan desa, pertolongan bagi orang lain yang biasanya berupa uang, makanan, dan sebagainya.
4. Partisipasi ketrampilan dan kemahiran, yang diberikan orang untuk mendorong aneka ragam bentuk usaha dan industri.
5. Partisipasi sosial, yang diberikan orang sebagai tanda keguyuban.

Dari pendapat Dusseldorp dan Huraerah di atas, diketahui bahwa banyak bentuk partisipasi yang dapat dilakukan oleh masyarakat Desa Kampung Sejahtera dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata hutan Mangrove Pulau Baii Kota Bengkulu, sehingga objek wisata ini mampu menjadi salah satu destinasi wisata andalan yang pada akhirnya akan sangat bermanfaat bagi masyarakat setempat. Adapun manfaat partisipasi yang dapat diperoleh masyarakat mencakup beberapa dimensi:

1. Dimensi Ekonomi: dengan indikator berupa adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata, berkembangnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata.
2. Dimensi Sosial: dengan indikator meningkatnya kualitas hidup, peningkatan kebanggaan komunitas, pembagian peran gender yang adil antara laki-laki dan perempuan, generasi muda dan tua, serta memperkuat organisasi komunitas.
3. Dimensi Budaya: dengan indikator berupa mendorong masyarakat untuk menghormati nilai budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, berkembangnya nilai budaya pembangunan yang melekat erat dalam kebudayaan setempat.
4. Dimensi Lingkungan: dengan indikator terjaganya daya dukung lingkungan, adanya sistem pengelolaan sampah yang baik, meningkatnya kepedulian akan perlunya konservasi dan preservasi lingkungan.
5. Dimensi Politik: dengan indikator meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, dan adanya jaminan hak-hak masyarakat adat dalam pengelolaan sumber daya alam. Suansri (2003) dalam Sunaryo (2013: 142).

Akan tetapi, menumbuhkan partisipasi masyarakat bukan hal yang mudah, sehingga dalam hal ini dibutuhkan komunikasi dalam rangka mempengaruhi masyarakat agar memahami pentingnya pengelolaan objek wisata ditempat tinggal mereka.

Pengembangan dan Pengelolaan Objek Wisata Hutan Mangrove

Pengertian pengelolaan dalam kamus umum bahasa Indonesia memberikan penjelasan sebagai berikut : (1) proses, cara pembuatan mengelola, (2) proses melakukan perbuatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, (3) proses yang membentuk merumuskan kebijakan dan tujuan organisasi, dan (4) proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan pencapaian tujuan. (5) Manajemen adalah suatu proses yang membedakan atau perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan, dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian pengelolaan adalah suatu proses kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

Begitu pula dengan pariwisata, dalam menciptakan suatu kawasan wisata yang baik dan menarik pengunjung, diperlukan pengelolaan pariwisata yang tepat yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Menurut Pitana (2009 : 81), pada prinsipnya pengelolaan pariwisata haruslah menekankan pada nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas, dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal.

Pengelolaan mangrove menjadi kawasan wisata dilakukan dalam rangka memperoleh manfaat bagi masyarakat. Selain itu, pengelolaan hutan mangrove juga berfungsi mempertahankan produktivitas lahan hutan sehingga kelestariannya bisa dipertahankan dan dikembangkan menjadi objek wisata.

Obyek pariwisata dan segala atraksi yang diperlihatkan merupakan daya tarik utama, mengapa seseorang datang berkunjung pada suatu tempat, oleh karena itu keaslian dari obyek dan atraksi yang disuguhkan haruslah dipertahankan sehingga wisatawan hanya ditempat tersebut dapat melihat dan menyaksikan obyek tersebut. (Yoeti, 2007 : 58).

Menurut Yoety (1985:164), bahwa suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu :

a. *Something to see*, yakni obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.

b. *Something to do*, yakni agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.

c. *Something to buy*, adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Suatu objek wisata juga harus tersedia fasilitas yang bisa dimanfaatkan oleh pengunjung. Seperti yang dikatakan oleh Yoeti dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata (1985:181), mengatakan : “Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam”. Pada objek wisata hutan mangrove, fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan seperti kapal yang bisa digunakan untuk mengelilingi kawasan hutan mangrove.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode deskriptif yakni mencoba untuk menggambarkan sebuah fenomena dalam hal ini tentang Komunikasi dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan wisata Hutan Mangrove di Kelurahan Kampung Sejahtera Pulau Baii Kota Bengkulu.

Data-data diperoleh melalui pengamatan langsung serta wawancara kepada beberapa warga serta pemerintah setempat. Selain itu juga diperoleh melalui penelusuran literatur dalam bentuk jurnal maupun buku-buku.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dimana terdapat tiga komponen analisis yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Data disajikan dalam bentuk narasi secara sistematis untuk mempermudah pemahaman.

HASIL PENELITIAN

Objek wisata Hutan Mangrove yang terletak di Kelurahan Sumber Jaya Kampung Sejahtera Pulau Baii Kota Bengkulu, akhir akhir ini menjadi viral di sosial media dan banyak dikunjungi oleh wisatawan. Ketika pertama kali diunggah oleh pengunjung di sosial media, maka banyak

pengguna sosial media yang tertarik dan kagum karena melihat suatu tempat yang sangat menarik dan asri. Setelah viral, banyak masyarakat yang ingin tau dimana lokasi serta ingin mengunjungi tempat tersebut, bahkan kawasan wisata ini pernah dijadikan sebagai lokasi syuting program salah satu televisi swasta nasional. Kawasan wisata yang terletak di Kelurahan Sumber Jaya ini sebelumnya hanya merupakan kawasan pemukiman penduduk. Awalnya kawasan ini merupakan pemukiman yang kumuh dan jauh dari kesan bersih. Informasi yang diperoleh dari salah satu warga yang juga nelayan yang tinggal di desa Kampung Sejahtera, mengatakan bahwa, “pengelolaan kampung Sejahtera ini didanai oleh APBN melalui proyek untuk masyarakat pesisir, yang bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat setempat serta menjadikan pemukiman yang layak huni bagi masyarakat”.

Melalui dana APBN tersebut, dilakukan pengelolaan atas pemukiman penduduk sekaligus pengelolaan hutan mangrove yang terdapat diwilayah tersebut menjadi objek wisata.

Dari informasi yang diperoleh dari warga setempat bahwa program pengelolaan kawasan pemukiman ini sudah dimulai sekitar tahun 2017. Dan hingga saat ini pembangunan dan pengelolaan kawasan ini masih terus dilakukan berupa pembangunan beberapa sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam menciptakan kawasan ini menjadi kawasan yang bersih, tertata, terawat serta bisa dijadikan sebagai pengembangan perekonomian masyarakat setempat.

Menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam menjalankan suatu program bukanlah masalah mudah. Perlu adanya sosialisasi dan pemberian pemahaman kepada masyarakat terkait program yang akan dilakukan serta kemanfaatannya bagi masyarakat tersebut.

Dari hasil wawancara dengan salah satu warga Pak Sangkut yang berprofesi sebagai nelayan yang juga menyediakan Kapal untuk transportasi pengunjung mengelilingi kawasan hutan mangrove, bahwa masyarakat kelurahan sumberjaya terdiri dari beragam latar belakang budaya sehingga agak sulit untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat.

“Sebelumnya, wilayah ini sangat kumuh, kotor, tidak terawat. Masyarakat yang tinggal dikawasan ini dikenal sebagai masyarakat yang kasar, tidak berpendidikan dan berbagai stigma negatif lainnya. Dahulu, ketika orang mendengar kata Pulau Baii, maka orang akan langsung memiliki pemikiran yang negatif, namun seiring berjalannya waktu, stigma masyarakatpun sudah mulai berubah. Apalagi semenjak kawasan ini viral

di media sosial sehingga kawasan ini yang awalnya hanya pemukiman warga menjadi destinasi wisata “kekinian” yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan baik lokal maupun nasional” (Wawancara dengan pak Sangkut, 29 Juni 2018).

Melihat potensi ini, maka kesadaran masyarakat secara bertahap sudah mulai muncul. Masyarakat yang awalnya tidak atau kurang memperhatikan masalah kebersihan lingkungan tempat tinggal, saat ini sudah secara bertahap memiliki kesadaran untuk bersih. Berdasarkan hasil wawancara dengan warga Kampung Sejahtera, bahwa

“Awalnya dikawasan hutan mangrove ini sangat banyak wc wc liar sepanjang sungai, namun saat ini hampir tidak ditemukan lagi. Hal ini tentunya bahwa kesadaran masyarakat sudah mulai tumbuh. Masyarakat sudah ikut berpartisipasi dalam pengelolaan dan pengembangan kawasan ini”. (Wawancara dengan pak Sangkut, 29 Juni 2018).

Seperti yang dikemukakan dalam tinjauan pustaka dari pendapat Dusseldorp (1981) dalam Aprilia Theresia (2014) bahwa bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dapat berupa:

1. Menjadi anggota kelompok-kelompok masyarakat.
2. Melibatkan diri pada kegiatan diskusi kelompok.
3. Melibatkan diri pada kegiatan-kegiatan organisasi untuk menggerakkan partisipasi masyarakat.
4. Menggerakkan sumberdaya masyarakat.
5. Mengambil bagian dalam proses pengambilan keputusan.
6. Memanfaatkan hasil-hasil yang dicapai dari kegiatan masyarakatnya.

Sedangkan Huraerah, (2011 :116) mengemukakan bentuk-bentuk partisipasi masyarakat mencakup:

1. Partisipasi buah pikiran, yang diberikan dalam pertemuan atau rapat.
2. Partisipasi tenaga, yang diberikan partisipan dalam berbagai kegiatan untuk perbaikan atau pembangunan desa, pertolongan bagi orang lain dan sebagainya.
3. Partisipasi harta benda, yang diberikan orang dalam berbagai kegiatan untuk perbaikan atau pembangunan desa, pertolongan bagi orang lain yang biasanya berupa uang, makanan, dan sebagainya.
4. Partisipasi ketrampilan dan kemahiran, yang diberikan orang untuk mendorong aneka ragam bentuk usaha dan industri.
5. Partisipasi sosial, yang diberikan orang sebagai tanda keguyuban.

Dari temuan dilapangan, bahwa masyarakat Kampung Sejahtera sudah ikut berpartisipasi dalam pengembangan dan pengelolaan kawasan

wisata hutan Mangrove. Adapun bentuk partisipasi yang mereka lakukan seperti melibatkan diri pada kegiatan masyarakat, partisipasi tenaga dan pikiran, dan lain sebagainya. Adapun bentuk konkrit dari partisipasi masyarakat Kampung Sejahtera dalam pengembangan wisata hutan mangrove sebagai berikut:

1. Memberikan rasa aman dan nyaman kepada para wisatawan yang datang ke objek wisata hutan mangrove, seperti salah satunya menyediakan tempat parkir kendaraan.
2. Bersikap ramah kepada wisatawan untuk menghilangkan stigma yang berkembang di masyarakat bahwa warga Kampung Sejahtera kasar dan tidak bersahabat.
3. Menjaga kebersihan objek wisata dengan cara tidak membuang sampah sembarangan kesungai yang ditumbuhi mangrove.
4. Menjaga fasilitas yang diberikan oleh pemerintah setempat seperti kotak sampah dan fasilitas lainnya.
5. Memindahkan ternak-ternak warga agar kebersihan dan keindahan objek wisata terjaga.
6. Menyediakan sarana wisata bagi wisatawan seperti fasilitas kapal yang bisa digunakan untuk mengitari hutan mangrove.

Partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat pada intinya akan memberikan manfaat bagi masyarakat itu sendiri, karena dengan tertatanya objek wisata ini maka akan berdampak pada banyaknya wisatawan yang berkunjung dan pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

1. Tertatanya lingkungan pemukiman masyarakat yang berdampak pada kenyamanan warga dan juga wisatawan yang datang ke objek wisata tersebut.
2. Tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian hutan mangrove.
3. Menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Objek wisata hutan mangrove yang berada di Kelurahan Sumber Jaya atau tepatnya Kampung Sejahtera merupakan objek wisata yang pada saat ini sedang dikembangkan dan dikelola dari pendanaan APBN.
2. Dibutuhkan komunikasi yang intens dalam menumbuhkan partisipasi masyarakat Kampung Sejahtera dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata mangrove.

3. Masyarakat Kampung Sejahtera ikut berpartisipasi dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata mangrove.
4. Masyarakat Kampung Sejahtera memperoleh manfaat dari objek wisata hutan mangrove seperti manfaat ekonomi dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Adi, Isbandi Rekminto. 2007. *Perencanaan Partisipasi Berbasis Aset Komoditis*, dari pemikiran menuju penerapan. Depok : FISIP UI Press.

Dwiningrum, S.I.A. 2011. *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Huraerah, Abu. (2011). *Pengorganisasian & Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Humaniora.

Mardikanto, T. dan Soebiato, P. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat dalam kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.

Pitana, I G. dan Diarta, S. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Puspitasari, Dewi C. 2014. "Pengelolaan Teknologi Partisipatif". Dalam Supraja, Muhamad (Ed.), *Menuju Teknologi Transkomunitas*. Yogyakarta: LOGIS (Lingkar Studi Mikrososiologi) - UGM.

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media.

Theresia, Aprilia, et al. (2014). *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung: Alfabeta.

Oka A. Yoeti. 1996 *Pariwisata Berbasis Budaya, Masalah dan Solusinya*. Jakarta : PT.Pradnya Paramita.

Sumber Jurnal

I Made Cahya Baskara, Nazrina Zuryani, dan I G.P.B Suka Arjawa. 2017. *Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Potensi Pariwisata Subak Sukawayah Ubud*. *Jurnal*. Universitas Udayana.

Riskayana, Abdul Kadir Adys, dan Ahmad Taufik. 2012. *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Objek Wisata Alam Pantai Karsut di Desa Kampala Kecamatan Arungkeke Kabupaten Jeneponto*. *Jurnal*. Universitas Muhammadiyah Makassar. Vol. II No. 2 Oktober 2012.

Sumber Skripsi

Rina Munawaroh. 2017. *Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Taman Nasional Gunung Merbabu Dusun Suwanti, Banyuroto Sawangan Magelang Jawa Tengah*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PETANI TEMBAKAU DI ERA GLOBALISASI MELALUI LITERASI INTERNET

Nuryanti

PENDAHULUAN

Komoditas tembakau selama ini dikenal sebagai pemasok penghasilan Negara yang cukup besar melalui pajak dan cukai. Dari tahun ke tahun komoditas tembakau mempunyai nilai jual yang semakin meningkat.. Pemerintah mendapatkan cukai terbesar justru dari industri rokok. Pada tahun 2008 tercatat pemerintah menerima cukai rokok sebesar Rp. 49,9 Triliyun (Pratiwi & Anggraeni, 2013). Dan semakin tahun semakin meningkat, sampai pada tahun 2013 mencapai Rp. 95 T. Angka tersebut menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat petani tembakau dapat dikatakan sangat tinggi.

Beberapa daerah penghasil tembakau dapat dikatakan cukup sejahtera karena penghasilan tiap panen tembakau mampu mencukupi kebutuhan hidup selama satu tahun. Tetapi banyak petani tembakau dari daerah penghasil tembakau yang tak mampu mencukupi kebutuhan hidup. Contoh perbandingan pendapatan atau penghasilan petani tembakau dijumpai pada kabupaten Temanggung dan Kabupaten Magelang. Di kabupaten Temanggung rata-rata petani mempunyai pendapatan yang lumayan tinggi. Dari hasil pra survey (2015) diungkapkan bahwa Desa Campurejo, Tretep Temanggung mempunyai pendapatan puluhan sampai ratusan juta rupiah tiap panen tembakau. Sedangkan di desa lain, yaitu Desa Tepus, wonoroto, windusari Magelang dengan Jumlah 440 KK (hampir semuanya petani tembakau) mempunyai pendapatan kisaran juta sampai puluhan juta rupiah saja tiap musim panen. Desa Tepus ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Temanggung.

Besarnya pajak dan cukai yang disetorkan oleh pabrik rokok dengan bahan baku tembakau, memunculkan anggapan bahwa seluruh elemen masyarakat yang bergerak dalam usaha pertembakauan adalah masyarakat yang hidup sejahtera. Memang benar, ada beberapa daerah dimana penghasilan dari usaha tembakau di suatu desa dapat mencukupi kebutuhan hidup mereka, tetapi fakta di lapangan yang kaya itu mayoritas adalah pengepul atau pedagang tembakau, sedangkan petani

tembakau mayoritas masih belum sejahtera (Nuryanti, 2013). Banyak hal yang menyebabkan petani tembakau, khususnya petani tembakau di Temanggung hidup belum sejahtera atau miskin. Salah satu faktor pemicu kemiskinan petani tembakau adalah lemahnya akses mereka ketika jual beli tembakau.

Dalam sistem jual beli tembakau, tidak semua petani atau pedagang bisa langsung menjual hasil panennya ke grader atau sub grader (sebutan untuk perwakilan pabrik rokok di suatu daerah). Untuk dapat menjual langsung mereka membutuhkan KTA atau Kartu Tanda Anggota yang dikeluarkan resmi oleh pabrik rokok. Pihak yang mendapatkan KTA biasanya adalah kepala desa atau pedagang besar yang memang ditunjuk langsung oleh pemilik gudang atau pabrik rokok. Dengan mekanisme seperti ini, jelas sekali bahwa petani sangat dibatasi aksesnya dalam hal jual beli. Mereka hanya bisa pasrah ketika harga sudah ditentukan oleh pihak pabrik. Selain itu, dalam jual beli tembakau juga ada istilah “nggowo uwong” yang artinya harga tembakau sangat ditentukan siapa yang menjual tembakau itu ke pabrik. Harga tembakau sangat variatif, meskipun dengan kualitas yang sama, tetapi karena yang menjual atau yang membawa tembakau ke pabrik adalah orang yang berbeda maka harga akan berbeda pula.

Berangkat dari paparan realitas di atas, maka perlu dipikirkan alternatif pemberdayaan yang bisa menjawab persoalan petani tembakau. Banyak langkah yang sudah ditempuh aktor pemberdayaan untuk meningkatkan kesejahteraan petani. Tetapi kondisi masyarakat petani tembakau ternyata tidak banyak mengalami perubahan. Beberapa kesalahan yang dilakukan oleh penanggungjawab pembangunan adalah tidak memperhatikan situasi kondisi masyarakat. Salah satu hal yang terlupakan adalah kondisi masyarakat saat ini sudah memasuki era media baru. Di era globalisasi, dimana masyarakat menjadi bagian dari dunia, kedatangan media baru menuntut semua masyarakat bisa menyesuaikan dengan kehadiran media baru.

Permasalahan yang ada, masyarakat petani tembakau masih sangat jauh interaksinya dengan media baru atau internet. Sehingga kemiskinan akses internet menjadi salah satu masalah tersendiri yang menyebabkan kegagalan-kegagalan pemberdayaan. Makalah ini akan menguraikan apa sebenarnya masalah yang dihadapi petani tembakau saat ini (dengan mengambil kasus petani tembakau kabupaten Temanggung) serta bagaimana pemberdayaan yang sesuai untuk mereka di era globalisasi dengan hadirnya media baru.

TINJAUAN PUSTAKA

Kemiskinan Sosial dan Politik

Kemiskinan yang dihadapi masyarakat petani tembakau tidak hanya karena tekanan harga beli, para petani juga dihadapkan pada dilema peraturan pemerintah. Salah satu peraturan yang mengganjal petani tembakau untuk menjual hasil pertaniannya adalah PP No.102 tahun 2012 tentang pengamanan produk yang mengandung aditif berupa tembakau bagi kesehatan. PP ini menyatakan tembakau sebagai zat adiktif yang berbahaya bagi kesehatan masyarakat. Para petani menganggap bahwa peraturan tersebut merugikan mereka karena selama ini tembakau hanya bernilai tinggi ketika digunakan sebagai bahan baku rokok. Peraturan tersebut juga dinilai lebih berpihak pada kepentingan produsen rokok, baik produsen rokok lokal maupun asing dibanding petani.

Sesuai dengan prinsip pembangunan modern dan globalisasi, maka wajar jika banyak peraturan atau UU yang berpihak pada kepentingan ekonomi. Tetapi kadang kepentingan ekonomi itu lebih memberatkan pada kepentingan ekonomi kapitalis. Fakta yang terjadi di lapangan mengindikasikan bahwa petani tembakau di Kabupaten Temanggung kurang "berdaya". Keterpurukan atau ketidakberdayaan petani tembakau di Kabupaten Temanggung disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal atau faktor dari dalam diri petani dipengaruhi oleh perilaku tidak jujur, minimnya tingkat pengetahuan tentang budidaya tembakau yang berkualitas, rendahnya kepedulian terhadap pendidikan, dan ketergantungan terhadap rentenir. Sedangkan secara eksternal, keterpurukan petani tembakau dipengaruhi oleh adanya regulasi dari pemerintah dan ketentuan harga dari pihak pabrik.

Kemiskinan secara umum menurut Bappenas (2004) adalah kondisi seseorang atau sekelompok orang yang tidak mampu memenuhi hak-hak dasarnya untuk mempertahankan dan mengembangkan kehidupan yang bermartabat. Hak-hak dasar masyarakat antara lain, terpenuhinya kebutuhan pangan, kesehatan, pendidikan, pekerjaan, perumahan, air bersih, pertanahan, SDA dan lingkungan hidup, rasa aman dari perlakuan atau ancaman tindak kekerasan, dan hak untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial politik, baik bagi perempuan maupun laki-laki. Menurut Handler dan Hasenfield (2007), kemiskinan dapat didefinisikan dari dua pendekatan, yaitu pendekatan ekonomi dan pendekatan sosial. Dari sisi pendekatan ekonomi, kemiskinan dimaknai sebagai ketidakmampuan

memenuhi kebutuhan dasar, sedangkan dari pendekatan sosial, kemiskinan diartikan sebagai keterbatasan untuk mengembangkan kapasitas.

Pendapat yang lain tentang kemiskinan diungkapkan oleh Nugroho & Dahuri (2004), menurut mereka kemiskinan adalah kondisi absolut dan relatif yang menyebabkan seseorang atau kelompok masyarakat dalam suatu wilayah tidak mempunyai kemampuan untuk mencukupi kebutuhan dasarnya sesuai dengan tata nilai atau norma tertentu yang berlaku di dalam masyarakat karena sebab-sebab natural, kultural dan struktural.

Selain definisi-definisi di atas, ragam kemiskinan bisa dilihat dari beberapa aspek, yaitu aspek sosial, ekonomi, psikologi dan politik. Merujuk pada realitas di lapangan, maka kemiskinan yang dihadapi oleh petani tembakau pada umumnya dapat dikategorikan kedalam kemiskinan sosial dan kemiskinan politik. Kemiskinan sosial adalah terbatasnya interaksi sosial dan penguasaan informasi. Sedangkan kemiskinan dari aspek politik adalah kecilnya akses terhadap berbagai fasilitas dan kesempatan, diskriminatif, dan posisi lemah dalam proses pengambilan keputusan.

Kemiskinan sosial yang dialami oleh petani tembakau diantaranya disebabkan oleh terbatasnya interaksi sosial antara petani, pedagang dan grader atau perwakilan pabrik. Masing-masing kelompok bersikap eksklusif dan sengaja tidak memberi ruang pada petani tembakau untuk bergaul dengan kelompok pedagang apalagi perwakilan pabrik. Terbatasnya interaksi sosial ini menyebabkan informasi yang dikuasai oleh petani juga sangat minim. Beberapa informasi tentang kapan gudang akan mulai buka dan apa saja grade atau jenis tembakau yang paling banyak akan diserap pabrik tidak sampai ke telinga petani. Sehingga mereka hanya dapat pasrah ketika tembakau hasil panen mereka dilempar-lempar dengan alasan tidak laku. Hal ini adalah strategi melemahkan mental petani, sehingga pada akhirnya petani akan menjual tembakaunya dengan harga murah asal laku.

Salah satu penyebab terbatasnya informasi yang dimiliki petani adalah kurangnya akses terhadap teknologi informasi. Pada level petani, tidak banyak yang mengakses internet melalui telepon genggam. Padahal di tingkat pedagang dan perwakilan pabrik, pertukaran dan penyebaran informasi melalui media sosial sangat lazim dilakukan. Kalaupun petani memiliki *handphone* banyak diantara mereka yang tidak dapat menggunakannya. Berdasarkan studi Lazonder, Biemans dan Wopereis (2000), terdapat perbedaan antara seseorang yang memiliki keahlian khusus dalam menggunakan mesin pencari (*search engine*) dengan orang yang

masih baru atau awam dalam menggunakan *search engine* berdasarkan pengalaman yang dimiliki. Individu yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam memanfaatkan search engine akan lebih sistematis dalam melakukan penelusuran informasi dibanding mereka yang masih awam atau minim pengalaman (*novice*).

Pada sisi yang lain petani tembakau dapat dikatakan juga miskin secara politik. Kemiskinan politik dalam arti kecilnya akses terhadap berbagai fasilitas dan kesempatan diskriminatif dan posisi lemah dalam proses pengambilan keputusan yang dialami petani tembakau selama ini adalah tidak adanya interaksi langsung dengan pemilik gudang atau pabrik. Sehingga proses penentuan harga tembakau sangat tergantung pada pedagang dan perwakilan pabrik rokok tanpa melibatkan petani.

Realitas di lapangan, seperti yang terjadi pada petani tembakau di Kabupaten Temanggung, mereka lebih senang memasrahkan hasil panen mereka kepada pengepul atau pedagang dengan harga yang disepakati. Kemudian baru pedagang atau pengepul menjual kembali tembakau petani kepada grader dengan harga yang pasti lebih tinggi dari pada saat membeli hasil panen petani. Petani dalam hal ini, tidak pernah tahu pasti berapa harga tembakau miliknya yang sebenarnya, karena akses informasi pada pedagang atau pengepul terhenti. Banyak diantara pedagang yang memanfaatkan situasi ini dengan memberi informasi palsu kepada petani. Misalnya mereka mengatakan bahwa hasil panen petani dihargai jauh dibawah harga kesepakatan awal. Jadi mau tidak mau karena takut tidak laku, petani akan percaya dan terpaksa menerima uang lebih rendah dari harga yang disepakati di awal.

Menurut hasil penelitian Nuryanti (2013), sudah menjadi rahasia umum di kalangan petani tembakau bahwa ketika terjadi musim panen selalu terjadi fenomena rusaknya harga komoditas tembakau yang ditandai dengan banyaknya penjual (petani tembakau) pada satu sisi namun sedikit pembeli (pabrik rokok). Sehingga harga jual komoditas tembakau dari petani dapat ditekan sedemikian rupa melalui standar kualitas yang ditetapkan pabrik rokok. Disamping itu tidak tertutup kemungkinan adanya petani-petani yang berlaku curang dalam menjual hasil panen tembakaunya.

Globalisasi dan Media Baru Bagi Petani Tembakau

Kemiskinan yang menjangkit masyarakat petani tembakau tidak bisa dilepaskan dari pengaruh globalisasi. Cengkraman globalisasi menyebabkan banyak lini kehidupan masyarakat, terutama masyarakat

dunia ketiga menjadi masyarakat yang tertinggal. Ketidaksiapan masyarakat karena SDM yang rendah menjadi salah satu faktor terseoknya petani. Menurut Ife dan Tesoriero (2014) asumsi dasar globalisasi adalah kebutuhan ekonomi global dianggap hal yang paling penting. Jika pemusatan ekonomi berjalan dengan baik, maka akan baik pula bidang yang lain. Oleh karena itu, paham ini mencoba menggiring masyarakat dunia untuk berpikir sentralis bahwa kemajuan ekonomi menentukan segalanya. Demikian juga dengan perkembangan teknologi dan media baru saat ini, arahnya bukan hanya globalisasi ekonomi juga globalisasi budaya.

Kehadiran media baru yang ditandai dengan menjamurnya media sosial sebagai sarana komunikasi manusia memaksa masyarakat dunia untuk menerimanya. Masyarakat yang gagap akan hadirnya media baru akan menjadi masyarakat yang miskin informasi dan akan teralienasi. Masalahnya untuk kondisi masyarakat Indonesia saat ini, banyak lapisan masyarakat yang tidak siap dengan kehadiran teknologi media baru, salah satunya adalah masyarakat petani tembakau.

Seperti diuraikan pada sub bab di atas, bahwa realita di lapangan, masyarakat petani tembakau banyak yang tidak memiliki akses media baru sebagai sarana informasi baru dalam jual beli tembakau. Mereka terbiasa dengan gaya lokal masyarakat, yaitu menunggu dengan pasif dan pasrah akan hasil penjualan tembakau yang mereka titipkan melalui pedagang maupun pengepul. Akibatnya, harga tembakau hanya menjadi permainan pemilik informasi. Petani yang tidak memiliki teknologi media baru, misalnya *smartphone* atau pun memiliki tapi tidak bisa menggunakan atau mengakses internet, hanya menjadi pihak yang harus mengikuti apapun keputusan pemilik informasi.

Keberadaan media baru sebagai efek dari globalisasi tidak bisa dihindari dan semakin dihindari, masyarakat akan semakin ketinggalan. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk bisa menjadi masyarakat yang transformasionalis atau masyarakat yang menerima sisi positif globalisasi tetapi tetap antisipatif, maka diperlukan pemberdayaan yang sesuai dengan tuntutan jaman. Kebutuhan akan kecerdasan dalam mengakses informasi dari media baru bagi petani tembakau mutlak diperlukan, karena para pedagang tembakau sudah menggunakan teknologi informasi baru ini dalam transaksi jual beli. Agar petani tidak selalu menjadi pihak yang terbelakang, maka penting untuk memberikan pemberdayaan melalui literasi internet.

ANALISIS DAN DISKUSI

Kondisi kemiskinan masyarakat petani tembakau seperti yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, memperkuat opini bahwa petani tembakau dapat dikatakan masih belum berdaya. Oleh karena itu, mutlak diperlukan upaya pemberdayaan dari semua aktor pemberdayaan sebagai upaya untuk mengentaskan petani dari kemiskinan sosial dan politik. Pemberdayaan dapat didefinisikan baik pada level individu maupun komunitas. Melkote mengungkapkan bahwa pada level komunitas, pemberdayaan dapat diartikan sebagai proses peningkatan kontrol kelompok-kelompok terhadap konsekuensi-konsekuensi yang penting bagi anggota kelompok dan orang lain dalam komunitas yang lebih luas (Fawcett *et.al* 1984 diacu dalam Melkote 2002). Sedangkan di tingkat individu pemberdayaan didefinisikan sebagai perasaan psikologis berkenaan dengan pengendalian atau pengaruh pribadi dan kepedulian terhadap pengaruh sosial yang aktual, kekuasaan politis dan hukum legal (Rappaport, 1987).

Memahami definisi pemberdayaan pada level individu dan komunitas tersebut, dapat diturunkan dan diterapkan secara empiris kepada masyarakat petani tembakau sebagai penyadaran atas kepedulian terhadap hak secara sosial dan politik serta peningkatan kontrol melalui kelompok petani. Dari hasil penelitian Nuryanti (2013), upaya pemberdayaan sudah dilakukan oleh Asosiasi Petani Tembakau Indonesia (APTI). Beberapa hal yang sudah dilakukan dapat dilihat melalui Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Program Pemberdayaan APTI Temanggung

| No | Program | Target | Pelaku yang terlibat | |
|----|---|---|--------------------------------|------|
| 1 | Pelatihan penanaman dan pengolahan tembakau berkualitas | Petani tembakau dapat menanam dan mengolah tembakau berkualitas sehingga mempunyai daya tawar tinggi | APTI, Saprodi | Agen |
| 2 | Pembiayaan untuk penanaman tembakau | Petani tembakau dapat lebih mandiri dengan memanfaatkan KUMPT tanpa tergantung pada pinjaman rentenir | APTI, Mandiri | Bank |
| 3 | Beasiswa anak buruh tani / petani | Anak-anak buruh tani dan petani tembakau dapat menyelesaikan sekolah minimal setingkat SMU | APTI, <i>Djarum Foundation</i> | |

Sumber : Data Diolah Nuryanti (2013)

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa upaya pemberdayaan yang dilakukan lebih pada sisi ekonomi dan pendidikan. Ada juga pemberdayaan yang dilakukan untuk advokasi penolakan PP no 12 tahun 2012 tentang tembakau sebagai zat adiktif. Tetapi hal itu banyak mendapat kritikan karena sarat kepentingan dari pengurus APTI yang nota bene adalah pedagang dan pemilik gudang tembakau. Jika kembali pada permasalahan diatas terkait dengan kemiskinan sosial dan politik, maka perlu dibuat konsep pemberdayaan yang lebih solutif terhadap masalah yang terjadi.

Kajian Silvio Waisbord (2003) mengenai paradigma dominan yang menyebutkan jika pembangunan tidak ubahnya sebuah *social-marketing*, yaitu agar terjadi perubahan sosial aktor pembangunan harus lebih banyak mempromosikan secara menarik hal-hal yang menjadi fokus pembangunan, sehingga pada akhirnya akan dapat terlihat perubahan perilaku masyarakat melalui perubahan strategi komunikasi yang selama ini cenderung *top-down*. Sedangkan menurut Hamelink (dalam Quarry and Ramirez, 2009) kesuksesan komunikasi dalam pembangunan adalah pemerintah harus lebih banyak mendengar apa saja kebutuhan masyarakat. Hal ini mengingat pembangunan adalah upaya untuk mengirimkan sumber daya, sehingga agenda lain dari pembangunan adalah perhatian dalam hal peningkatan kapasitas dalam memfasilitasi dialog sosial. Tujuannya agar dalam dialog sosial terlihat posisi yang setara antara pemerintah dengan masyarakat, sehingga terjadi kesadaran atau kesamaan pengertian dan persepsi pada siapa saja yang terlibat dalam pembangunan.

Melihat permasalahan masyarakat petani tembakau adalah terbatasnya akses informasi, maka penting untuk memperhatikan dan melakukan pemberdayaan yang sesuai dengan era globalisasi yaitu melalui literasi internet. Kemampuan literasi media, khususnya internet bagi seseorang (termasuk petani tembakau) kini menjadi kompetensi yang harus dimiliki, terutama dalam mencari informasi di internet. Seseorang yang memiliki kemampuan literasi media dengan sendirinya sudah melakukan pemberdayaan pada dirinya untuk dapat memperoleh informasi yang benar dari sekian banyak informasi yang dapat menyesatkan sekaligus mencapai tujuan dalam memperoleh dan menggunakan informasi yang diperolehnya tersebut.

Beberapa hal teknis yang bisa dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan akses terhadap internet, seperti cara *browsing* atau mencari data melalui situs di internet sampai dengan penggunaan media

sosial. Harapannya setelah petani tembakau mampu menggunakan beberapa aplikasi internet, mereka mampu mengambil manfaat untuk download cara menanam atau budidaya tembakau ataupun mengunggah video cara mereka menanam, memanen maupun ngrajang tembakau. Dengan saling berbagi ilmu dan pengalaman dalam budidaya tembakau, maka akan memperkaya informasi bagi para petani. Selain itu, petani juga perlu untuk diajarkan cara menggunakan media sosial. Media seperti ini akan dapat mempermudah dan mempercepat petani untuk tahu informasi keterangan harga dari pedagang pengepul atau dari pihak pabrik.

Aguilar, Weick dan Duft (dalam Choo, Detlon & Turnbull, 2000), mengemukakan adanya empat model dalam kegiatan penemuan informasi melalui internet, yaitu:

1. Undirected Viewing

Seseorang menelusur informasi melalui internet tanpa mempunyai kebutuhan informasi yang jelas dalam pikirannya. Sehingga tujuannya hanya untuk mendapatkan beragam informasi yang bisa digunakan, pada akhirnya seseorang tersebut akan menyaring informasi yang diperolehnya.

2. Conditioned Viewing

Seseorang menelusur informasi dengan topik yang jelas. Penelusuran informasi yang dilakukan oleh seseorang menjadi terarah.

3. Informal Search

Seseorang telah memiliki pengetahuan yang cukup tentang topik tertentu. Sehingga penelusuran informasi melalui internet bertujuan untuk memperdalam pengetahuan dan pemahaman tentang topik tersebut. Melalui pemahaman yang telah dimiliki, menjadikan seseorang mampu merumuskan query secara jelas sekaligus dapat mengetahui batasan-batasan sejauh mana seseorang tersebut akan melakukan penelusuran. Namun dalam penelusuran ini, seseorang membatasi pada usaha dan waktu yang ia gunakan karena pada dasarnya, penelusuran yang dilakukan hanya bertujuan untuk menentukan adanya tindakan atau respon terhadap kebutuhannya.

4. Formal Search

Seseorang mempersiapkan waktu dan usaha untuk menelusur informasi atau topik tertentu secara khusus sesuai dengan kebutuhannya. Penelusuran ini bersifat formal karena dilakukan dengan menggunakan metode-metode tertentu. Tujuan

penelusuran adalah untuk memperoleh informasi secara detail guna memperoleh solusi atau keputusan dari sebuah permasalahan yang dihadapi.

Dari keempat model diatas, untuk literasi internet petani tembakau bisa diupayakan sampai pada level *informal search*. Harapannya nanti para petani dapat mencari informasi melalui internet tentang segala hal yang terkait dengan tembakau, mulai dari masa menanam, mengolah sampai informasi harga jual tembakau.

Secara teknis, pemberdayaan petani tembakau dapat dilakukan antar aktor atau pihak yang terkait, yaitu pemerintah daerah, dalam hal ini dinas pertanian dan kominfo serta APTI. Pemberdayaan dapat dilakukan oleh penyuluh pertanian dan kominfo yang telah dibekali pengetahuan dan ketrampilan terkait dengan internet. Semua program pemberdayaan masyarakat petani tembakau memerlukan sinergitas dari semua aktor pembangunan. Termasuk masyarakat sendiri, harus mulai sadar bahwa perubahan tidak harus dirangsang dari luar. Generasi muda yang ada di sekitar petani misalnya anak2 mereka atau petani-petani muda yang sudah terbiasa dengan gadget dapat dimanfaatkan untuk mengajari ibu-ibu dan bapak-bapak petani tembakau tentang bagaimana mengakses internet terkait dengan budidaya tembakau.

SIMPULAN

Permasalahan yang dihadapi masyarakat petani di Indonesia dapat dikatakan sangat kompleks. Masing-masing masyarakat sesuai kondisi wilayah dan keadaan sosial budaya mempunyai masalah yang spesifik. Pada kasus masyarakat petani tembakau di Kabupaten Temanggung, permasalahan yang dapat dipetakan untuk masyarakat tersebut adalah adanya kemiskinan sosial dan kemiskinan politik.

Kemiskinan sosial yang dialami oleh petani tembakau diantaranya disebabkan oleh terbatasnya interaksi sosial antara petani, pedagang dan grader atau perwakilan pabrik. Masing-masing kelompok bersikap eksklusif dan sengaja tidak memberi ruang pada petani tembakau untuk bergaul dengan kelompok pedagang apalagi perwakilan pabrik. Terbatasnya interaksi sosial ini menyebabkan informasi yang dikuasai oleh petani juga sangat minim.

Selain itu, petani tembakau di Kabupaten Temanggung juga mengalami kemiskinan politik, kecilnya akses terhadap berbagai fasilitas dan kesempatan diskriminatif dan posisi lemah dalam proses pengambilan keputusan yang dialami petani tembakau selama ini adalah tidak adanya interaksi langsung dengan pemilik gudang atau pabrik. Sehingga proses

penentuan harga tembakau sangat tergantung pada pedagang dan perwakilan pabrik rokok tanpa melibatkan petani.

Kondisi masyarakat yang hidup dan berkembang dalam cengkraman globalisasi, mau tidak mau harus menerima kenyataan bahwa kehadiran media baru akan mempengaruhi gaya hidup dan kesejahteraan. Upaya yang bisa diambil sebagai langkah untuk mengurangi kemiskinan sosial dan politik di era globalisasi, dimana media baru menjadi sarana penting dalam berkomunikasi saat ini adalah dengan memberikan pemberdayaan melalui literasi internet. Karena permasalahan konkret yang dihadapi masyarakat petani adalah minimnya akses informasi yang mereka punyai. Sehingga dengan memberikan literasi atau pendidikan internet kepada petani tembakau, diharapkan mereka tidak lagi miskin informasi terkait dengan budidaya maupun harga tembakau. Selain itu, kemungkinan untuk dibohongi oleh pedagang yang selama ini menguasai informasi tentang harga tembakau juga akan semakin kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Choo, Detlon & Turnbull, 2000 *Information Seeking on the Web: An integrated Model of Browsing and Searching*, First Monday: Peer Reviewed Journal on the Internet, Volume 5, Number 2-7 February 2000, [online], diakses pada 14 Juni 2016, tersedia di: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view>
- Ife, Jim & Tesoriero, Frank. 2014. *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Joel F. Handler and, Yeheskel Hasenfeld, 2007. *Blame Welfare: Ignore Poverty and Inequality*, Cambridge University Press, NY., USA.
- Lazonder, Biemans dan Wopereis. 2000. *Differences between novice and experienced users in searching information on the World Wide Web journal of the American society for information science-special issue : individual differences in virtual environments*, vol 51, issue 6, April 2000, pages 576-581 John Wiley & Son, Inc. New York, NY, USA
- Melkote, S.R. & H.L. Steeves. 2001. "Communication Strategies for Empowerment" dalam *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment 2nd Edition*. New Delhi: Sage Publicaton - London: Thousand Oaks
- Nuryanti, 2013. *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Asosiasi Petani Tembakau Indonesia (APTI) di Kabupaten Temanggung*. Tesis. Universitas Gadjah Mada

Parwito.2015. Pertama di Jateng Ganjar Resmikan Desa Cyber. Di akses pada tanggal 14 Juni 2016 melalui <http://www.merdeka.com/peristiwa/pertama-di-jateng-ganjar-resmikan-desa-cyber-di-temanggung.html>

Pratiwi, G, Anggraini, L. 2013. *Analisis, Struktur, Kinerja dan Perilaku Industri Rokok Kretek dan Rokok Putih di Indonesia Periode 1991-2008*. Jurnal Agribisnis Indonesia: Vol 1. No.1 pp.59-70

Quarry, W. and Ramirez, R., 2009., *Communication for Another Development. Listening Before Telling*, London: Zed Books.

Rappaport, J. 1987. *Toward a Theory for Community Psychology terms of Empowerment*. American Journal of Community Psychology. Vol 15, No. 2, 1987 <http://download.springer.com/static/pdf/>

Waisbord, S., 2003, *Family Tree of Theories, Methodologies and Strategies in Development Communication. Prepared for the Rockefeller Foundation*. (<http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/familytree.pdf>).