

KOMUNIKASI DALAM DISKURSUS PEMBANGUNAN



Menjadi tantangan bagi para akademisi komunikasi untuk merumuskan gagasan-gagasannya seputar peran dan pemanfaatan komunikasi dalam diskursus pembangunan, baik dalam konteks pembuat pesan, media, atau penerima pesan. Diskursus pembangunan sendiri spektrumnya luas, tentu saja, sehingga membuka beragam tema.

Gagasan tentang buku ini lahir dari perbincangan santai kami, para dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed. Kami merasa perlu ruang yang lebih serius untuk menampung gagasan seputar komunikasi pembangunan. Istilah 'Komunikasi Pembangunan' perlu kami garisbawahi, mengingat ini merupakan penciri dari Jurusan Komunikasi Unsoed. Elaborasi dan kontekstualisasi ide 'komunikasi pembangunan', dalam hemat kami, perlu ruang yang layak, yakni sebuah buku. Melalui buku, ide para akademisi diuji, karena bisa dibaca oleh siapa saja, baik sesama akademisi ataupun masyarakat umum. Karenanya, buku ini bisa diposisikan sebagai tawaran gagasan yang menunggu respon dari sejawat atau siapa saja.

**RELASI
INTI MEDIA**

R

KOMUNIKASI DALAM DISKURSUS PEMBANGUNAN

Adhi Iman Sulaiman, Agoeng Noegroho, Ashlikhatul Fuaddah, Chusmeru, Dian Bestari R, Edi Santoso, Imam Prawoto Jati, Isna Hidayatul Khusna, Kilau Riksaning Ayu, Mite Setiansah, Nuryanti, Shinta Prastyanti, Wisnu Widjanarko, Wiwik Novianti



R

KOMUNIKASI DALAM DISKURSUS PEMBANGUNAN

Adhi Iman Sulaiman, Agoeng Noegroho, Ashlikhatul Fuaddah, Chusmeru, Dian Bestari R, Edi Santoso, Imam Prawoto Jati, Isna Hidayatul Khusna, Kilau Riksaning Ayu, Mite Setiansah, Nuryanti, Shinta Prastyanti, Wisnu Widjanarko, Wiwik Novianti

Edi Santoso, Adhi Iman Sulaiman, Agoeng Noegroho,
Ashlikhatul Fuaddah, Chusmeru, dkk

KOMUNIKASI DALAM DISKURSUS PEMBANGUNAN



Komunikasi dalam Diskursus Pembangunan

Copyright © Edi Santoso, Adhi Iman Sulaiman, Agoeng Noegroho,
Ashlikhatul Fuaddah, Chusmeru, *dkk*

Penyunting: Edi Santoso

Penata Letak: rl. lendo

Perancang Sampul: Aulia Rahmat SM

Cetakan, 2023

viii + 234 halaman; 14,8 x 21 cm

ISBN: 978-623-6474-69-3

E-ISBN: 978-623-6474-70-9

Diterbitkan oleh:

Relasi Inti Media (Anggota IKAPI)

Jl. Veteran, Gg. Manunggal No. 638c RT/RW. 20/05

Pandeyan, Umbulharjo, Yogyakarta

Telp: 0274-4286584

Website: www.relasiintimedia.com

Kata Pengantar

Salah satu karakteristik komunikasi adalah *'omni pressence'*. Komunikasi ada di mana-mana, tak terkecuali dalam dinamika pembangunan masyarakat. Pembangunan yang mengandaikan peran serta dan dukungan masyarakat, tentu saja sangat bergantung pada komunikasi dalam setiap level. Pemerintah perlu menjelaskan program-program pembangunan pada masyarakat. Sebaliknya, masyarakat juga perlu menyampaikan ide dan gagasannya dalam pembangunan.

Menjadi tantangan bagi para akademisi komunikasi untuk merumuskan gagasan-gagasannya seputar peran dan pemanfaatan komunikasi dalam diskursus pembangunan, baik dalam konteks pembuat pesan, media, atau penerima pesan. Diskursus pembangunan sendiri spektrumnya luas, tentu saja, sehingga membuka beragam tema.

Gagasan tentang buku ini lahir dari perbincangan santai kami, para dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed. Kami merasa perlu ruang yang lebih serius untuk menampung gagasan seputar komunikasi pembangunan. Istilah *'Komunikasi Pembangunan'* perlu kami garisbawahi, mengingat ini merupakan penciri dari Jurusan Komunikasi Unsoed.

Elaborasi dan kontekstualisasi ide *'komunikasi pembangunan'*, dalam hemat kami, perlu ruang yang layak, yakni sebuah buku. Melalui buku, ide para akademisi diuji, karena bisa dibaca oleh siapa saja,

baik sesama akademisi ataupun masyarakat umum. Karenanya, buku ini bisa diposisikan sebagai tawaran gagasan yang menunggu respon dari sejawat atau siapa saja.

Buku yang berisi telaah pustaka atau pun hasil penelitian ini tentu saja membawa banyak kelemahan dan kekurangan. Karenanya, segala kritik dan masukan akan menjadi penyempurnaan untuk edisi berikutnya.

Kami mengucapkan banyak terima kasih, khususnya dari pimpinan jurusan dan fakultas yang telah mendukung dan memfasilitasi terbitnya buku ini. Semoga kebijakan-kebijakan pimpinan yang mendorong atmosfer akademik terus bisa dipertahankan.

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	v

BAGIAN I HUMAS DALAM DISKURSUS PEMBANGUNAN

Revitalisasi Tata Kelola Kehumasan Pemerintah Daerah dalam Memperkuat Kualitas Pelayanan Publik <i>Wisnu Widjanarko</i>	3
Strategi Pengelolaan <i>Digital Government Public Relations</i> <i>Dian Bestari Santi Rahayu</i>	17
<i>Creating Shared Value (CSV): Paradigma Baru Membangun Hubungan Komunitas</i> <i>Kilau Riksaning Ayu</i>	23
Peran <i>Marketing Public Relations</i> dalam Pembangunan Perdesaan Berkelanjutan <i>Wisnu Widjanarko & Dian Bestari Santi Rahayu</i>	39

BAGIAN II
PEMANFAATAN MEDIA BARU

Berdaya dengan Jurnalisme Warga <i>Edi Santoso</i>	49
Pemberdayaan Berbasis Partisipasi Komunitas melalui Media Baru <i>Itsna Hidayatul Khusna</i>	59
Literasi Digital dan Pencegahan Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi <i>Mite Setiansah</i>	71
Etnografi Virtual Penggunaan Media Sosial oleh Pekerja Seks Komersial di Kota Purwokerto <i>Chusmeru</i>	93
Dari Bencana ke Globalisasi: Peran dan Fungsi Media Baru dalam Pembangunan Pedesaan <i>Shinta Prastyanti</i>	109

BAGIAN III
KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Manajemen Komunikasi Strategis: Telaah Program Komunikasi Kesehatan di Indonesia <i>Agoeng Noegroho</i>	137
---	-----

Komunikasi Pemberdayaan dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat <i>Adhi Iman Sulaiman, Masrukin, Dindy Darmawati Putri, Irene Kartika Eka Wijayanti</i>	159
Kajian Psikologi Komunikasi Pada Komunikasi Intrapersonal Mahasiswa-Santri Dalam Proses Pembelajaran di Pondok Pesantren dan Perguruan Tinggi <i>Aslikhatul Fuaddah</i>	183
Manajemen Komunikasi Stigma: Upaya Memahami Perilaku Komunikasi <i>Liyan</i> <i>Wiwik Novianti</i>	199
<i>Story Telling</i> Dalam Fotografi Portrait <i>Petrus Imam Prawoto Jati</i>	207
Resolusi Konflik dan Motivasi Berdaya Masyarakat Puton, Bantul <i>Nuryanti</i>	219

BAGIAN I

HUMAS DALAM DISKURSUS PEMBANGUNAN

Revitalisasi Tata Kelola Kehumasan Pemerintah Daerah dalam Memperkuat Kualitas Pelayanan Publik

Wisnu Widjanarko

Paradigma pembangunan di Indonesia sejak tahun 2014 mengalami perubahan mendasar, khususnya terkait pengembangan daerah, termasuk perdesaan. Melalui disahkannya UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa serta UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, maka tidak hanya eksistensinya semakin diakui, namun kesempatan untuk dikelola dan dikembangkan sesuai dengan kekhasan dan potensi yang dimiliki semakin besar. Hal ini semakin dipertegas dengan ditetapkannya Peraturan Presiden No. 2 Tahun 2014 tentang RPJMN (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional) 2015-2019, di mana satu dari sembilan agenda nasional adalah membangun Indonesia dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan.

Transformasi pembangunan pun berlanjut melalui keberadaan Peraturan Presiden No. 18 Tahun 2020 tentang RPJM 2020 – 2024 dengan mencantumkan satu dari tujuh agenda pembangunan, yakni mengembangkan wilayah untuk mengurangi kesenjangan dan menjamin pemerataan. Lebih lanjut, keberpihakan negara terhadap penguatan daerah atau wilayah – termasuk perdesaan – sebagai sokoguru pembangunan nasional, juga ditandai dengan adanya kebijakan alokasi dana desa yang tidak kecil. Untuk tahun 2022 saja, digelontorkan dana

tidak kurang dari 68 trilyun rupiah untuk 74.961 desa. Bahkan, sejak tahun 2015, setidaknya 400,1 trilyun rupiah telah disalurkan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat, khususnya di daerah serta perdesaan. Kebijakan yang berpihak yang didukung oleh politik anggaran negara, tentunya menjadi stimulus penting untuk memastikan standar kebutuhan dan layanan minimal masyarakat di daerah terpenuhi. Hal ini penting, sehingga tidak ada perasaan termarjinalkan apalagi persepsi terdiskriminasi. Keberpihakan tersebut, tidak dapat dipungkiri telah turut mewarnai perubahan ke arah yang lebih baik. Merujuk pada data BPS, jumlah desa tertinggal pada tahun 2018 berkurang dari 20.432 di tahun 2014 menjadi 13.232. Jumlah desa mandiri meningkat dari hanya 2.894 menjadi 5.559 desa, termasuk trend penurunan angka kemiskinan di desa pun terjadi, dari 12.53 % pada tahun 2021 menjadi 12,29 %.

Namun demikian, sejatinya pembangunan daerah atau pengembangan sumberdaya perdesaan tidaklah berhenti ketika kebutuhan dasar telah tercukupi. Justru, tantangan terbesar berikutnya adalah bagaimana mengoptimasi potensi yang dimiliki, lebih spesifik lagi, bagaimana melibatkan semua pihak – pemangku kebijakan dan pemangku kepentingan – untuk bersama-sama bersinergi dan berkolaborasi mengembangkan sumberdaya yang dimiliki sehingga memiliki nilai keekonomian strategis untuk kesejahteraan bersama. Terdapat kebutuhan untuk mentransformasi informasi, baik dalam perspektif transmisi, interaksi maupun transaksi (Widjanarko et al., 2013) Tidak hanya itu, mekanisme komunikasi yang tepat sasaran dan spesifik, akan mampu memberikan nilai kemanfaatan bagi masyarakat, khususnya dalam memberdayakan potensi dan kesejahtraannya. (Widjanarko, Widodo, et al., 2022) promotional efforts conforming to technological advancement and society behavior are required, among which is social media platform. The research is aimed at examining the manage-

ment of social media account of Taman Lazuardi in Susukan Village, Banyumas District, Central Java Province, Indonesia to increase tourist visiting interest. Data are collected using Focus Group Discussion, in-depth interview, and documentation, and analyzed using interactive data analysis. The result of which indicated that the management of social media account is not optimum yet and specific communication strategy to increase tourist visiting interest is still lacking, caused by phases of Marketing Public Relations (problem identification, planning and programming, action and communication, and governance evaluation. Pendekatan pemasaran kehumasan atau *marketing public relations* diyakini menjadi salah satu upaya untuk tidak hanya mempromosikan potensi yang ada, melainkan juga menjadi bagian dari menjaga kearifan lokal yang dimiliki daerah selama ini. (Widjanarko, Lusiana, et al., 2022). Tidak hanya itu, melalui pemanfaatan teknologi digital yang tepat, maka kehumasan dapat mengoptimasi pengembangan kemandirian berbasis sumberdaya yang ada, termasuk membangun akuntabilitas publik melalui diseminasi informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. (Istiyanto et al., 2022). Hal yang tidak dapat diabaikan adalah kemampuan membaca apa yang menjadi pikiran, perasaan dan kebutuhan publik yang terartikulasi gaya hidup di era globalisasi sekaligus menjaga otentisitas lokalitas pun menjadi hal yang tidak dapat dikesampingkan. (Lusiana et al., 2020)

Pada konteks ini, maka sesungguhnya menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah daerah untuk bagaimana berkomunikasi dengan semua pihak, sehingga kehendak bersama untuk mewujudkan perlindungan, pelayanan, pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat sebagaimana mandat konstitusi terpenuhi. Hal ini penting, karena tanpa kemauan yang diinisiasi sebagai kepentingan atau kemanfaatan bersama, maka hakikat pembangunan yang menghendaki masyarakat sebagai aktor, subjek atau pelaku utamanya menjadi belum terealisasikan.

Pembangunan yang meletakkan masyarakat sebagai objek atau penonton belaka akan menghilangkan kesempatan untuk menghadirkan rasa memiliki sekaligus menjaga dan mempertahankan apa yang sudah ada. Hal ini justru bertentangan dengan apa yang melatarbelakangi lahirnya kebijakan pembangunan daerah, yakni desentralisasi dan peningkatan serta penguatan partisipasi dari berbagai seluruh lapisan masyarakat di seluruh wilayah tanah air. Berangkat dari gambaran tersebut, maka memantik sebuah pertanyaan mendasar, bagaimana tata kelola kehumasan yang harus dimiliki pemerintah daerah dalam berkomunikasi sehingga menjadi elan vital dalam memperkuat kualitas pelayanan publik?

Kehumasan sebagai Model Komunikasi Publik di Indonesia

Terdapat sejumlah pendekatan komunikasi yang dapat dilakukan oleh lembaga publik dengan masyarakat, salah satunya adalah hubungan masyarakat atau familiar disebut dengan kehumasan. Kehumasan merupakan sebuah proses yang terencana dalam rangka mempengaruhi opini publik melalui pesan yang disajikan dengan baik serta kinerja yang tepat, sekaligus dilandasi oleh komunikasi dua arah yang saling memuaskan kedua belah pihak. (Seitel, 2017) Kehumasan merupakan fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu organisasi mencapai tujuan dan memfasilitasi perubahan yang terjadi melalui komunikasi dengan semua publik – internal dan eksternal – yang relevan untuk mengembangkan hubungan positif, sekaligus menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi serta harapan dari publik. (Lattimore et al., 2012) Kehumasan seringkali disalahtafsirkan sebagai upaya mencapai citra atau opini yang positif dan menguntungkan belaka, padahal esensi dari kehumasan adalah sebuah proses yang berjalan sepanjang waktu untuk mencapai pemahaman diantara orga-

nisasi dengan publiknya dan tidak melulu selalu memberikan persetujuan belaka. (Baines, Paul; Egan, John; Jeffkins, 2004)

Sejumlah perspektif di atas, sesungguhnya mengokohkan esensi kehumasan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam tata kelola pemerintahan, menjadikannya lebih baik, khususnya dalam meningkatkan pelaksanaan misi yang diemban oleh institusi publik serta menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam menjaga budaya demokratis pada lembaga pemerintahan itu sendiri (Lee, 2022). Konsepsi ini memperkuat apa yang menjadi atensi kehumasan dalam komunikasi publik, khususnya dalam membangun dan mengelola opini publik, pemanfaatan upaya publisitas, memberi saran dan pertimbangan terkait membangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publik, termasuk dalam mengantisipasi reaksi publik terhadap kebijakan institusi (Wakeman, 2012). Hal ini selaras dengan upaya kehumasan dalam pemerintahan, yakni menekankan pada penyebaran informasi, mempromosikan kebijakan pemerintah dan membangun dukungan publik berkenaan dengan hal tersebut. (Wilcox et al., 2015)

Bagaimana dalam konteks kehumasan pemerintah di Indonesia? Berkenaan dengan hal tersebut, maka tidak bisa tidak, kita harus mencermati dari aspek regulasi, khususnya Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah. Salah satu karakter khas dari birokrasi adalah prinsip-prinsip kepatuhan terhadap regulasi. Dalam konteks tersebut, maka adanya pedoman tata kelola kehumasan menjadi landasan yang sangat krusial dalam implementasi praktisi kehumasan di pemerintahan, termasuk di pemerintah daerah. Terdapat 12 (dua belas) landasan pengelolaan kehumasan pemerintahan yang mendasari sistem serta tata kelola kehumasan tersebut. Adapun keduabelas elemen tersebut adalah: 1) Visi Humas Pemerintah; (2) Misi Humas Pemerintah; (3)

Strategi Humas Pemerintah; (4) Asas Umum Humas Pemerintah; (5) Prinsip Dasar Humas Pemerintah; (6) Model Kehumasan; (7) Tugas Humas Pemerintah; (8) Fungsi Humas Pemerintah; (9) Peran Humas Pemerintah; (10) Kode Etik Humas Pemerintah; (11) Publik Pemangku Kepentingan Humas Pemerintah; dan (12) Tata Kelola Pemerintahan yang Baik.

Nah, bagaimana implementasinya dalam konteks pengelolaan kehumasan di pemerintah daerah ? Dalam konteks visi humas pemerintahan di daerah, maka dalam upaya terciptanya pengelolaan kehumasan yang proporsional, profesional, efektif dan efisien, maka dimensi kelembagaan, ketatalaksanaan dan sumberdaya manusia harus menjadi prioritas. Aspek kelembagaan kehumasan di pemerintah daerah sejatinya mendua arti. Artinya, bisa dilihat dari dimensi strukturalnya, namun juga bisa dibaca dari dimensi fungsionalitasnya. Secara struktural, kehumasan di pemerintah daerah secara umum berada di bawah Sekretariat Daerah atau menjadi dinas teknis yang melayani kegiatan informasi dan komunikasi. Namun sesungguhnya setiap unit kerja seogyanya perlu membangun komunikasi yang baik dengan publik melalui fungsi-fungsi kehumasan, khususnya untuk membangun akuntabilitas dan kredibilitas di masyarakat. Pada konteks inilah, dibutuhkan ketatalaksanaan, unit mana yang menjadi *leading sector* mana yang menjadi *landing sector*. Nah, kehumasan di Sekretariat Daerah sesungguhnya dapat memainkan peran untuk memimpin orkestrasi komunikasi dengan mengkoordinasi seluruh organisasi perangkat daerah, khususnya yang memberikan pelayanan langsung kepada publik.

Untuk itu, tentu saja membutuhkan kualifikasi dan kompetensi aparatur kehumasan dan/atau yang bekerja di bidang kehumasan yang memadai. Pada aspek ini, maka yang paling ideal adalah ketika mereka yang bertugas dalam bidang tersebut adalah pranata humas, yakni aparatur yang oleh pejabat berwenang memiliki hak, wewenang,

tugas dan tanggungjawab dalam kegiatan pelayanan informasi publik serta kehumasan. Berkenaan dengan hal tersebut, maka kita dapat merujuk pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 6 Tahun 2014 tentang Jabatan Fungsional Pranata Humas dan Angka Kreditnya. Ada dua hal yang perlu menjadi pencermatan tersendiri, yakni kualifikasi dan kompetensi kinerja. Terdapat dua kualifikasi aparatur, yakni kualifikasi terampil dan kualifikasi ahli. Terampil fokus pada pelaksanaan tugas dan fungsi mensyaratkan penguasaan pengetahuan teknis di bidang pelayanan informasi dan kehumasan. Ada pun ahli mensyaratkan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pelayanan informasi dan kehumasan. Selain itu, dimensi kompetensi kinerja yang harus dipenuhi adalah pelayanan informasi dan kehumasan, hubungan eksternal dan internal, audit komunikasi kehumasan serta perencanaan dan pengembangan layanan informasi dan kehumasan. Kecakapan ini sangat dibutuhkan di daerah, khususnya dalam memfasilitasi kebutuhan informasi masyarakat, membangun komunikasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat, termasuk mempromosikan potensi daerah.

Selanjutnya hal yang penting dalam membangun komunikasi publik adalah memastikan seluruh proses transmisi, interaksi maupun transaksi informasi didesain untuk membangun kepercayaan publik terhadap pemerintah daerah sebagai regulator dan pelaksana kekuasaan negara di daerah. Sehingga, misi yang dilaksanakan oleh kehumasan di daerah harus senantiasa berpegang pada upaya membangun reputasi yang positif dan konstruktif, memampukan diri sebagai kanal informasi dua arah yang terpercaya, baik dalam menyampaikan kebijakan, program dan pencapaian pemerintah maupun mengelola aspirasi termasuk pengaduan masyarakat, hingga menjadi benteng publik atas potensi misinformasi, disinformasi dan malinformasi. Dalam konteks tersebut, aparatur humas di pemerintah daerah penting

untuk berstrategi, baik dari segi perencanaan, pengelolaan hingga monitoring evaluasi hal-hal yang bersifat substantif kehumasan maupun dari segi teknisnya. Untuk itu, maka landasan profesionalisme humas menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan, khususnya terkait dengan prinsip-prinsip keterbukaan informasi publik dan pelayanan publik. Hal ini sejalan dengan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, di mana aparatur lembaga publik berkewajiban menyediakan, memfasilitasi dan melayani masyarakat sesuai dengan hak publik yang diatur oleh aturan dan ketentuan yang berlaku.

Revitalisasi Tata Kelola Kehumasan & Pelayanan Publik di Daerah

Bila merujuk pada regulasi terkait pedoman umum kehumasan, terdapat empat hal yang perlu dicermati berkenaan dengan tata kelola kehumasan, yakni tata kelola yang: 1) berorientasi pada proses pencitraan dan penciptaan nilai; 2) mendorong pencapaian visi, misi dan tujuan instansi serta berorientasi pada kepentingan publik; 3) berpegang pada komitmen, peraturan perundang-undangan, etika kehumasan serta praktik-ptaktik umum yang sehat; dan 4) membutuhkan perencanaan, pengembangan, kepemimpinan dan tanggung jawab, pemantauan dan evaluasi serta perbaikan berkelanjutan. Keempat prinsip tata kelola kehumasan ini sejatinya menjadi perspektif atau cara pandang pengelolaan kehumasan di daerah, khususnya dalam memperkuat pelayanan publik.

Revitalisasi yang pertama adalah ***transformasi bentuk proses dari pencitraan dan penciptaan nilai menjadi fokus pada proses pengelolaan reputasi***, Mengapa? Memberikan implikasi terhadap kepercayaan pemangku kepentingan terhadap kredibilitas organisasi /

korporasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapannya sekaligus meningkatkan kapasitas lembaga tersebut dalam meningkatkan performanya. Reputasi merupakan hal penting bagi institusi karena mampu mengurangi risiko terhadap eksistensi korporasi, memperbesar peluang untuk meningkatkan kinerja dan keuntungan institusi, termasuk membangun *esprit de corps* sumberdaya manusia yang ada lembaga tersebut. Reputasi merupakan penilaian subjektif kualitatif seseorang terhadap merek, pribadi, organisasi, produk maupun jasa serta layanan yang diberikan. Reputasi juga menghadirkan kesesuaian visi dan misi korporasi perusahaan dengan aktivitas keseharian perusahaan dan dipersepsi sama oleh publik eksternal dan internal, sehingga tidak bisa dipungkiri bahwa reputasi merupakan kunci kesuksesan korporasi. Selain itu, berbicara tentang reputasi, maka kita tidak bisa mengabaikan pilar yang mengokohkannya, yakni kredibilitas, akuntabilitas, terandalkan dan terpercaya. Tidak hanya itu, menjadi penting untuk memahami apa yang membentuknya, seperti sikap dan perilaku manajemen dan karyawan, pengalaman saat berinteraksi, serta diskursus di ruang publik. Serta, yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana reputasi itu sesungguhnya dibangun dalam kerangka efektivitas dalam berdayasaing, senantiasa berorientasi kualitas pada pelanggan, serta dilandasi oleh budaya organisasi yang unggul dan komunikasi yang efektif. Pemahaman yang utuh dan menyeluruh tentang khalayak pun menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam proses revitalisasi ini. Mengapa demikian? Karena khalayak atau publik memiliki dimensi persepsi, motivasi, pengalaman berinteraksi, kepribadian, gaya hidup, termasuk mekanisme pengambilan keputusannya masing-masing.

Revitalisasi yang kedua adalah ***peningkatan pemahaman tentang organisasi dan publik sebagai dasar untuk mendorong komitmen institusi dalam mencapai tujuan***, baik dari aspek kelembagaan maupun publik yang dilayani. Untuk ini dibutuhkan penguasaan

komunikasi internal dalam menyelami organisasi serta komunikasi eksternal untuk memahami publik secara tepat dan berkelanjutan. Secara internal, diperlukan pencermatan mengenai sikap mental dan perilaku sumberdaya manusia yang ada di organisasi, karena tidak ada pribadi yang sama satu dengan yang lain, memiliki kebutuhan dan pengharapan yang beragam, pengetahuan dan pengalaman yang berbeda serta kesiapan bekerja yang dinamis. Berkenaan dengan hal tersebut, maka cara pandang yang komprehensif mengenai struktur, serta rincian tugas dan fungsi organisasi adalah sebuah keharusan. Selanjutnya, penetapan standar komunikasi internal yang meliputi strategi, konten, kanal sekaligus penanggungjawabnya. Lalu, sinergi dan kolaborasi antarunit menjadi sebuah keniscayaan sebagai bentuk transformasi dan akselerasi pencapaian kinerja, termasuk penghargaan atas keberagaman karakter personal dan kekhasan unit serta keberlanjutan dalam pengelolaan komunikasi.

Revitalisasi yang ketiga, ***penguatan kualifikasi aparatur kehumasan*** berbasis pada kompetensi yang ditetapkan lembaga sertifikasi profesi sekaligus terakreditasi oleh asosiasi profesi. Hal ini penting mengingat kapasitas dan kredibilitas seorang profesional harus direkognisi dan terstandarisasi sesuai dengan kerangka kualifikasi dan basis kompetensi yang ada. Dalam konteks ini, maka seorang pranata humas seyogyanya memenuhi kaidah kualifikasi ketenagakerjaan kehumasan sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Ketenagakerjaan No. 629 Tahun 2016 tentang SKKNI Bidang Kehumasan di mana tujuan utama dari kompetensi ini adalah para praktisi kehumasan mampu melaksanakan hubungan timbal balik antara organisasi dengan publik yang saling menguntungkan untuk membangun reputasi organisasi dan kepercayaan publik. Ada pun untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat empat fungsi kunci, yakni memetakan kebutuhan humas, merumuskan strategi humas, melaksanakan kegiatan humas,

serta mengimplementasikan monitoring dan evaluasi humas. Tidak hanya pada pemenuhan kualifikasi, namun aparatur humas di daerah juga akan jauh lebih baik bila terakreditasi oleh institusi profesi kehumasan di Indonesia, yakni PERHUMAS. Melalui akreditasi, kita akan mampu mengukur sejauhmana profesionalisme dan pengalaman kita, unjuk kinerja yang telah dilakukan, dan sekaligus membangun kredibilitas. Terdapat empat level akreditasi profesional humas yang diakui dari yang pemula hingga tertinggi, yakni *AMIPR (Associate Member of Indonesian Public Relations)*, *MIPR (Member of Indonesia Public Relations)*, *IAPR (Indonesian Accredited Public Relations)* dan *FIPR (Fellow Indonesian Public Relations)*. Melalui uji konsep, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan oleh organisasi profesi bersama panelis yang komprehensif, maka pranata humas akan lebih memiliki kepercayaan diri dalam menyelenggarakan upaya-upaya komunikasi publik melalui kehumasan.

Ada pun revitalisasi yang keempat, ***implementasi manajemen berbasis tujuan dengan evaluasi sebagai pemandu perbaikan yang berkelanjutan***. Salah satu tantangan bagi pengelolaan kehumasan adalah memastikan terencana dengan baik, sebagaimana merujuk pada *The Six Points PR Planning Model* dari Frank Jeffkins. Tanpa dilandasi oleh prinsip-prinsip manajerial yang berbasis pada analisis situasi, penetapan tujuan, spesialisasi khalayak, ketepatan memilih media, penentuan anggaran, penerapan dan pengendalian, maka program, kegiatan dan anggaran kehumasan akan terjebak dalam *business as usual*. Sehingga, yang perlu disiapkan revitalisasi implementasi adalah memastikan semua berangkat dari kebutuhan publik, sehingga pemerintah daerah akan tepat, proporsional serta berbasis pada skala prioritas dalam mengelaborasi harapan tersebut. Untuk itu, maka asesmen awal untuk mendapatkan data dan informasi strategis menjadi sesuatu yang tidak dapat terpisahkan dalam pengelolaan kehumasan yang

berkelanjutan. Riset formatif dalam bentuk analisis situasi, organisasi maupun khalayak akan sangat membantu mengeliminasi potensi kekeliruan dan/atau ketidakefektifan pencapaian tujuan dari komunikasi publik yang direncanakan.

Epilog

Keempat revitalisasi tata kelola kehumasan pada pemerintahan daerah sebagaimana digagas di atas—reputasi; kesadaran organisasi dan pemahaman khalayak; kualitas aparatur kehumasan; dan manajemen berbasis tujuan serta berkelanjutan – sejatinya adalah upaya untuk terus menjamin proses komunikasi yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah sebagai badan publik senantiasa berpegang pada prinsip akuntabilitas dan berorientasi pelayanan prima sebagaimana diamanatkan oleh UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Selain itu, sebagai garda komunikasi publik, maka institusi kehumasan pemerintahan daerah juga tidak semata-mata menjaga reputasi lembaga, namun juga turut serta membangun budaya keterbukaan sebagaimana dimandatkan oleh UU No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Tentu saja, hal ini akan sangat ditentukan oleh kapasitas sumberdaya manusia atau aparatur kehumasan, sehingga penguatan pengetahuan dan keterampilan pegawai dapat senantiasa sesuai dengan SKKNI sekaligus terakreditasi oleh lembaga profesi, seperti PERHUMAS. Serta yang tidak kalah pentingnya, adalah memastikan kedudukan kelembagaan kehumasan berada rentang kendali dan kewenangan yang memungkinkan melakukan perencanaan dan pengelolaan komunikasi strategis, tanpa terkendali hambatan birokratis yang potensial mereduksi ikhtiar pemerintah daerah itu sendiri dalam mengakselerasi kualitas pelayanan publik melalui pendekatan komunikasi, khususnya kehumasan.

Daftar Pustaka

Baines, Paul; Egan, John; Jeffkins, F. (2004). *Public Relations Contemporary issues and techniques*. Elsevier Butterworth-Heinemann.

Istiyanto, S. B., Widjanarko, W., Widodo, B., Herutomo, C., & Luvit-hania, D. P. (2022). A Step from the Digital Technology Era: The Utilization of the Internet in Melung Village, Banyumas Regency. *European Modern Studies Journal*, 6(4), 97–101. <https://journal-ems.com/index.php/emsj/article/view/581/536>

Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2012). *Public Relations : The Profession & The Practice* (4th ed.). Mc Graw-Hiill Education.

Lee, M. (2022). Government Public Relations, What is it Good For ? In K. Lee, Mordecai; Neelley, Grant; Stewart (Ed.), *The Practice of Government Public Relations* (2nd ed., pp. 9–27). Routledge.

Lusiana, Y., Laksono, P. M., & Hariri, T. (2020). Self-Styling, Popular Culture, and the Construction of Global-Local Identity among Japanese Food Lovers in Purwokerto. *I-Pop: International Journal of Indonesian Popular Culture and Communication*, 1(1), 21–40. <https://doi.org/10.36782/i-pop.v1i1.33>

Seitel, F. P. (2017). *The Practice of Public Relations* (13th ed.). Pearson Education Limited.

Wakeman, S. (2012). Public Sector Public Relations. In A. Theaker (Ed.), *The Public Relations Handbook* (4th ed., pp. 331–353). Routledge.

Widjanarko, W., Lusiana, Y., Runtiko, A. G., Bestari, D., Rahayu, S., Khusna, I. H., & Sulaiman, A. I. (2022). *Marketing Public Relations, Instagram and Banyumas Food : An Effort to Promote and Protect Local Food as a Cultural Heritage*. *Iccs*, 925–929.

Widjanarko, W., Sulthan, M., & Lusiana, Y. (2013). Radio Siaran Publik Sebagai Media Komunikasi Perguruan Tinggi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 119–124. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/6036/3147>

Widjanarko, W., Widodo, B., Pangastuti Marhaeni, D., Herutomo, C., Sutikna, N., Imam Prawotojati, P., & Novianti, W. (2022). *Analysis Of Marketing Public Relations Of Taman Lazuardi Tourism Park In Banyuwangi, Central Java Province, Indonesia To Increase Tourist Visiting Interest By Means Of Social Media* (Vol. 19, Issue 2). <http://www.webology.org>

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, Bryan, H. (2015). *Public Relations : Strategies and Tactics* (7th ed.). Pearson.

Strategi Pengelolaan *Digital Government Public Relations*

Dian Bestari Santi Rahayu

Digital Government Public Relations

Government Public Relations (GPR) menurut Scott M. Cutlip merupakan fungsi manajemen yang bertugas membantu organisasi untuk tanggap terhadap masyarakat secara timbal balik. Sedangkan Dan Lattimore dkk memberikan batasan GPR sebagai fungsi manajemen yang membantu organisasi untuk merumuskan tujuan serta membantu beradaptasi dengan tuntutan konstituen dan lingkungannya.

Di Indonesia *Government Public Relations* (GPR) merupakan program prioritas untuk memastikan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan pemerintah dan berpartisipasi dalam pembangunan. Implementasi GPR dilaksanakan sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Basis kerja *Government Public Relations* adalah pengelolaan informasi dan komunikasi yang berkelanjutan untuk memperoleh pemahaman dan dukungan public terhadap Program dan Kebijakan Pemerintah.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terkini yang membentuk peradaban baru yang serba digital kemudian memunculkan perspektif Digital Public Relations, merupakan implementasi kehumasan yang berasal dari munculnya media baru yang menggunakan

teknologi digital. Karakteristik masyarakat saat ini telah berevolusi menjadi masyarakat digital sehingga terjadi pergeseran pola pikir, budaya, serta perilaku masyarakat. Hal ini tentu berdampak pada pola komunikasi yang berkembang; masyarakat tidak lagi mengkonsumsi media mainstream, namun beralih pada platform digital.

Digital GPR tidak jauh berbeda dengan GPR konvensional, yakni proses komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Namun yang membuat keduanya berbeda adalah media komunikasinya. Apabila GPR konvensional menggunakan media konvensional, maka digital government public relations pada hakekatnya adalah memanfaatkan media digital untuk menyebarkan informasi tentang kebijakan, program maupun kegiatan lembaga publik. Praktik digital GPR mengelola informasi publik pada media digital, seperti website, blog, maupun media sosial.

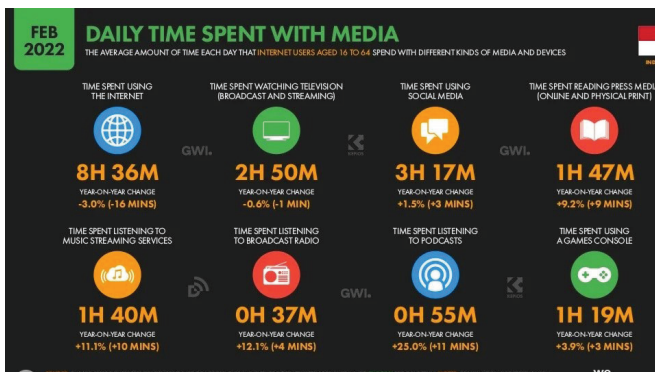


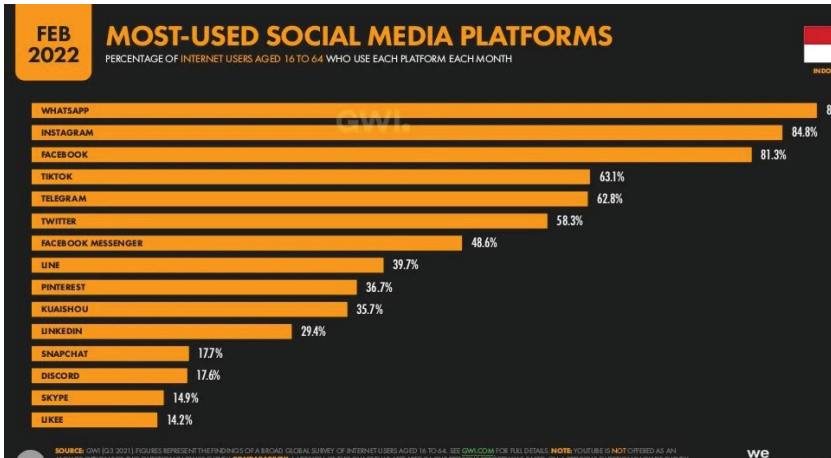
(data diolah dari dataindonesia.id)

Perkembangan teknologi digital berdampak pada disrupsi dalam kehidupan kita, mengubah cara kita berkomunikasi. Pertumbuhan Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.

Pengelolaan *Digital Government Public Relations*

Masih berdasarkan laporan We Are Social, di awal tahun 2022, untuk mengakses media digital, pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu yang bervariasi. Dapat dilihat dalam gambar di bawah ini rerata penggunaan internet sebanyak 8 jam 36 menit/hari, dengan alokasi waktu mengakses media sosial sebanyak 3 jam 17 menit/hari. Data ini berarti bahwa perilaku konsumsi media digital masyarakat Indonesia tergolong aktif. Data berikut juga memetakan platform media sosial yang diakses oleh masyarakat Indonesia. Perilaku masyarakat digital inilah yang menjadikan praktik *government public relations* harus pula bermigrasi sesuai dengan perkembangan terkini.





(Indonesian Digital Report 2022, We Are Social)

Informasi tentang kebijakan dan agenda pemerintah dapat secara cepat tersampaikan kepada publik. Hal ini dikarenakan digitalisasi media membawa banyak kelebihan dibandingkan media konvensional diantaranya: 1) Daya jangkauan yang tidak terbatas ruang dan waktu; 2) Daya akses yang tidak terbatas; 3) Kecepatan penyampaian informasi. Namun disamping itu kemampuan teknologi informasi juga memiliki kelemahan. Daya jangkauan internet yang tak terbatas membuat sebuah konten harus dirancang dengan cermat. Sebuah kebijakan biasanya menimbulkan pro dan kontra, untuk itu praktisi GPR perlu menerapkan strategi pengelolaan digital GPR, yaitu:

1. Membuat sebuah perencanaan yang komprehensif
 - Mengetahui karakter publik
 - Tanggap terhadap perubahan lingkungan dan/atau kebijakan (politik)
 - Merespon dengan cepat dan tepat isu yang berkembang

2. Membangun *engagement* dengan publik
 - Merancang informasi/konten yang sesuai dengan karakter publik
 - Menyebarkan informasi /konten pada *platform* yang dikonsumsi publik
 - Membangun kolaborasi dengan tokoh/*influencer* yang sesuai dengan karakter publik
 - Bersinergi dengan mitra lembaga melalui kolaborasi media digital
3. Melakukan evaluasi
 - Monitoring terhadap percakapan/pemberitaan di dunia digital terkait isu yang relevan
 - Melakukan data mining atas percakapan di dunia digital

Penutup

Mengelola sebuah aktivitas digital government public relations membutuhkan pemahaman dan keterampilan yang berkaitan bukan hanya aspek komunikasi saja, namun juga aspek politik, psikologi, sosiologi, serta teknologi, sebab penyampaian informasi publik tentang kebijakan lembaga negara selalu berdampak pada masyarakat. Untuk mendapatkan *engagement* yang baik dari publik, pengelolaan konten digital pada implementasi GPR dapat dilakukan melalui upaya-upaya yang mensyaratkan kedalaman pemikiran, empati, inovasi, serta kreativitas dalam proses perancangan dan penyebarannya.

Daftar Pustaka

Cutlip, Scott M, Center, Allen H, Broom, Glen M, *Effective Public Relations*, Prentice Hall Int,1999.

Laksamana, Agung, *Public Relations in The Age of Disruption*, Bentang Pustaka, 2018.

Lattimore, Dan, *Public Relations*, McGraw-Hill, 2007.

Mahdi, M Ivan, Bayu, Dimas, Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

<https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022/>

Creating Shared Value (CSV): **Paradigma Baru Membangun Hubungan Komunitas**

Kilau Riksaning Ayu

Permasalahan antara bisnis dan masyarakat telah berlangsung lama. Praktik perusahaan dituntut untuk memberikan manfaat sosial seperti halnya kewajiban untuk menghadirkan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Tetapi, kegiatan CSR seringkali dirumuskan terburu-buru tanpa menjawab permasalahan utama suatu komunitas. Tak jarang, perusahaan hanya menghadirkan kegiatan CSR seperti *philanthropy* yang memiliki manfaat jangka pendek bagi komunitas, bahkan mengurangi keuntungan dari perusahaan. Berangkat dari permasalahan ini, Porter dan Kreamer memperkenalkan *Creating Shared Value (CSV)*, untuk mengintegrasikan kebutuhan dari komunitas dan juga perusahaan. Kemudian, perkembangan praktik CSV sebagai paradigma baru menjadi perdebatan yang dinilai hanya sebagai perluasan dari model CSR. Namun, terdapat perbedaan antara CSV dengan kegiatan CSR. Untuk itu, pada bagian ini, studi literatur dikembangkan untuk menjelaskan konsep, praktik, dan kritik dalam mengulas *Creating Shared Value (CSV)* sebagai sebuah paradigma baru yang menggabungkan kebutuhan masyarakat dengan seluruh rantai nilai perusahaan ke dalam proses dan konsep pengembangan komunitas.

Creating Shared Value (CSV) – Implikasi Teori dan Tantangan Praktik

Pendekatan interpersonal, relasional, berpusat pada publik, yang menjadi komunikasi dengan arah yang menjanjikan. Mengikuti perkembangan ini, *Creating Shared Value (CSV)* mengembangkan model rasional dengan memberikan situasi di mana pihak-pihak yang terlibat, khususnya organisasi, lebih bersedia terlibat dalam dialog untuk menjawab kepentingan komunitas tidak hanya mementingkan *stakeholder* internal. CSV tidak hanya mengembangkan inisiatif atau memberikan keuntungan ke semua pihak yang terlibat, tetapi juga sesuai dengan mekanisme yang mendasarinya yaitu, dialog. Pengembangan dialog dapat membangun hubungan organisasi-publik melalui komunikasi yang tulus dan saling memuaskan. Selanjutnya, dialog (terdiri dari interaksi dialogis dan komunikasi) memfasilitasi CSV. Kegiatan CSV menekankan dialog yang terbuka, berorientasi pada penemuan dan penciptaan nilai, hal ini berguna dalam mengejar inovasi dan kreativitas yang autentik (Chen et al., 2018).

CSV adalah gagasan untuk memberi perubahan yang diperlukan dalam pelaksanaan CSR. Kegiatan CSR selama ini berorientasi untuk memberi manfaat bagi masyarakat dan lingkungan tanpa harapan imbalan yang nyata selain publisitas sebagai warga korporat yang baik atau *good corporate citizen* (Baines, 2015). Porter dan Kramer menekankan konsep timbal balik antara perusahaan dan masyarakat, menyiratkan bahwa keputusan bisnis dan kebijakan sosial harus mengikuti prinsip menciptakan nilai bersama dengan pilihan yang menguntungkan kedua belah pihak. Mereka menyatakan bahwa “perusahaan yang sukses membutuhkan masyarakat yang sejahtera, dan pada saat yang sama masyarakat yang sejahtera membutuhkan perusahaan yang sukses (Porter & Kramer, 2006).” Dalam sudut pandang CSV, perusahaan harus mengintegrasikan perspektif sosial ke dalam

kerangka inti yang mereka gunakan untuk memahami persaingan dan mengembangkan strategi bisnis mereka. Ide utama yang diperkenalkan melalui CSV adalah konsep nilai bersama (*shared value*) yang berfokus pada hubungan antara kemajuan masyarakat dan ekonomi. Terdapat tiga cara yang dijelaskan melalui Teori *Creating Shared Value* sebagai acuan bagi perusahaan untuk merumuskan kegiatan dengan memperhatikan hal sebagai berikut (Porter & Kramer, 2019):

1. Memahami kembali produk dan pasar
2. Mendefinisikan kembali produktivitas dalam rantai nilai
3. Mengaktifkan pengembangan kluster lokal

Ketiga aspek di atas menjadi pertimbangan yang diperlukan oleh perusahaan dalam merumuskan kegiatan berorientasi pada CSV. Pada bagian pertama, aspek memahami produk dan pasar dikaitkan bahwa nilai ekonomi produk yang dihasilkan dari perusahaan memiliki manfaat dan nilai bagi komunitas yang menjadi target pasar. Porter dan Kramer mencontohkan bahwa produk perusahaan perlu membawa keuntungan bagi masyarakat dan memotivasi konsumen untuk merangkul produk dan layanan yang menciptakan manfaat sosial, seperti makanan yang lebih sehat atau produk ramah lingkungan. Kemudian, konsep kedua menjelaskan bahwa aktivitas perusahaan perlu sejalan dengan nilai ekonomi tanpa merugikan masyarakat dan lingkungan. Hal ini diperlukan karena rantai nilai perusahaan pasti mempengaruhi dan dipengaruhi oleh banyak masalah sosial, seperti penggunaan sumber daya alam dan air, kesehatan dan keselamatan, kondisi kerja, dan lain-lain. Peluang untuk menciptakan nilai bersama muncul karena masalah sosial dapat menimbulkan biaya ekonomi dalam rantai nilai perusahaan. Pada bagian ini, perusahaan dapat melakukan inovasi dengan menghadirkan solusi yang memberi dampak bagi lingkungan dan masyarakat. Sebuah inovasi perlu dikembangkan tidak hanya dari sisi

perusahaan dalam penciptaan nilai bersama, tetapi juga melibatkan komunitas. Pada bagian ketiga, konsep CSV menekankan bahwa komunitas perlu terlibat dalam mendukung kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam hal ini, memberikan peluang bagi komunitas untuk menunjang nilai ekonomi mereka. Kegiatan dapat dilakukan dengan praktik untuk menjawab aspek ketiga dengan mendorong komunitas untuk sejalan dengan bisnis perusahaan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, seperti mendukung usaha dari komunitas setempat yang relevan dan bermanfaat bagi perusahaan. Contohnya: perusahaan Nestle membantu komunitas untuk mengembangkan usaha peternakan sapi, dan mereka menjadi *supplier* bahan baku susu untuk perusahaan Nestle (Motilewa, Worlu, Agboola, & Gberevbue, 2016).

Tabel 1: Ilustrasi Penerapan CSV dalam Implikasi Bisnis dan Sosial (Porter, Hills, Pfitzer, Patscheke, & Hawkins, 2011)

Aspek Shared Value	Implikasi Bisnis	Implikasi Sosial
<p>Memahami kembali produk dan pasar:</p> <p>Bagaimana penargetan kebutuhan dari permasalahan sosial mendorong pendapatan dan keuntungan tambahan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan pendapatan • Peningkatan pangsa pasar • Peningkatan pertumbuhan pasar • Peningkatan profitabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan kesehatan • Pengurangan jejak karbon • Peningkatan nutrisi • Peningkatan pendidikan

<p>Mendefinisikan ulang produktivitas dalam rantai nilai:</p> <p>Bagaimana pengelolaan operasi internal yang lebih baik meningkatkan produktivitas dan mengurangi risiko</p>	<ul style="list-style-type: none">• Peningkatan produktivitas• Mengurangi biaya logistik dan operasional• Pasokan terjamin Peningkatan kualitas• Peningkatan profitabilitas	<ul style="list-style-type: none">• Pengurangan penggunaan energi dan Sumber Daya Alam• Pengurangan bahan baku• Peningkatan keterampilan kerja• Peningkatan pendapatan
<p>Mengaktifkan pengembangan komunitas/klaster lokal:</p> <p>Bagaimana perubahan kondisi masyarakat di luar perusahaan memicu pertumbuhan baru dan peningkatan produktivitas</p>	<ul style="list-style-type: none">• Pengurangan biaya• Pasokan terjamin• Peningkatan infrastruktur distribusi• Peningkatan akses tenaga kerja• Peningkatan profitabilitas	<ul style="list-style-type: none">• Peningkatan pendidikan• Peningkatan penciptaan lapangan kerja• Peningkatan kesehatan• Peningkatan pendapatan

Aplikasi CSV memiliki tantangan dalam mengintegrasikan strategi bisnis perusahaan ke dalam sebuah proses yang interaktif untuk penciptaan nilai bersama. Terdapat 4 tahapan yang diperhatikan dalam mengukur kegiatan CSV yaitu:

1. Identifikasi masalah sosial yang akan ditargetkan. Titik awal untuk nilai bersama adalah mengidentifikasi dan memprioritaskan isu-isu sosial tertentu yang mewakili peluang untuk meningkatkan pendapatan atau mengurangi biaya.

2. Merumuskan kasus bisnis. Setelah mengidentifikasi potensi dampak sosial, langkah selanjutnya adalah mengembangkan kasus bisnis yang solid berdasarkan penelitian dan analisis tentang bagaimana perbaikan sosial akan secara langsung meningkatkan kinerja bisnis.
3. Melacak kemajuan program. Menggunakan kasus bisnis sebagai *roadmap*, perusahaan kemudian melacak kemajuan terhadap target yang diinginkan
4. Mengukur hasil dan menggunakan hasil untuk menciptakan nilai baru. Berfokus pada memvalidasi hubungan yang diantisipasi antara hasil sosial dan bisnis, untuk menentukan apakah pengeluaran sumber daya dan upaya perusahaan menghasilkan *feedback* positif.

CSV telah dilakukan di berbagai perusahaan seperti: Coca Cola, Nestle, IBM, Intel, dan banyak perusahaan global lainnya. Di Indonesia, konsep CSV juga telah didorong dan diterapkan oleh perusahaan swasta hingga BUMN.

Penerapan CSV di Indonesia

Di Indonesia, penerapan CSV tak jarang dimengerti sebagai bagian dari CSR, atau perluasan dari konsep CSR. Penggabungan kedua konsep ini, salah satunya didorong dengan aturan pelaksanaan PROPER di Indonesia yang dinisiasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Perjalanan PROPER di Indonesia telah diawali pada tahun 1997. PROPER menjadi wajib bagi perusahaan yang ditunjuk dengan kriteria melakukan kegiatan bisnis di Indonesia dengan kriteria seperti: tercatat di pasar bursa, mempunyai produk yang berorientasi ekspor atau digunakan oleh masyarakat luas. PROPER menjadi pro-

gram yang bertransformasi dari hal yang sederhana berupa kriteria penilaian pengendalian pencemaran air, berkembang menjadi persoalan terkait efisiensi sumber daya, pengembangan pemberdayaan masyarakat yang memandirikan sampai dengan mendorong internalisasi faktor biaya lingkungan dan sosial ke dalam bisnis. Berbagai perusahaan tergabung, dan tercatat di tahun 2019, lebih dari 2000 perusahaan di Indonesia diwajibkan untuk melaporkan kegiatan yang berkaitan dengan indikator penilaian PROPER (Kementerian Lingkungan Hidup & Kehutanan, 2019).

Penyatuan konsep CSV sebagai salah satu model CSR berangkat dari salah satu indikator penilaian PROPER yaitu: dunia usaha mampu mengembangkan bentuk CSR yang dikaitkan dengan proses produksinya. Model ini dikenal dengan CSV sebagai kebijakan dan praktik untuk meningkatkan daya saing dunia usaha dengan memajukan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat sekitar. Pada prakteknya, meski digabungkan ke dalam CSR, konsep CSV oleh perusahaan yang mengikuti PROPER disesuaikan dengan tahapan pengukuran program CSV yang dirumuskan oleh Porter dan Kramer. Melalui buku PROPER yang diterbitkan oleh KLHK terdapat perusahaan yang berhasil mendapatkan penghargaan Emas atas keberhasilan dalam kegiatan CSV. Beberapa gambaran program CSV dalam aspek pengembangan komunitas atau masyarakat yang diimplementasikan oleh perusahaan di Indonesia sebagai berikut (Reliantoro, 2012):

1. PT Badak NGL: Program CSV dilakukan perusahaan sejak 2009, dengan memberikan pelatihan dan sertifikasi Welder. Program ini memberikan pelatihan dan sertifikasi untuk juru las Migas (Welder) di Kota Bontang. Sertifikasi yang diperoleh dapat digunakan untuk mencari kerja termasuk di perusahaan Badak NGL. Kegiatan ini juga memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk mendapatkan tenaga kerja berkualifikasi di area sekitar peru-

sahaan yang berdampak positif dalam peningkatan efisiensi rekrutmen. Kemudian, terdapat program dari PT Badak NGL yaitu, Local Business Development (LBD) yang mengembangkan konsep pemberdayaan pengusaha lokal untuk menjadi *supplier* yang memasok kebutuhan material PT Badak NGL (Sunaryo, Nugroho, & Irkham, 2015).

2. PT Biofarma: Perusahaan menerapkan program untuk mendukung bisnis perusahaan dalam menghasilkan produk Anti Tetanus Serum (ATS). Inovasi program dikembangkan perusahaan melalui program *Sustainability to Improve Quality of Better Life*. Program ini mendorong kemandirian dan penambahan nilai ekonomi perusahaan dalam menyediakan kualitas pakan untuk kuda. Pemberian pakan mendorong produksi produk ATS dari Biofarma yang berasal dari plasma kuda.
3. *PT Danone, Aqua Klaten: Pabrik Danone Aqua Klaten menjalankan kegiatan CSV dengan* berfokus pada program lingkungan untuk perlindungan sumber daya air. Program dijalankan dengan nama Lestari yang memberi bantuan dana dari Danone Ecosystem Fund (DEF) untuk memperoleh *license to operate*. Bantuan DEF memberikan manfaat jangka panjang untuk bisnis dari Aqua terkait dengan siklus air, dan juga bermanfaat bagi keberlangsungan komunitas sekitar perusahaan (Elfajri, 2019).

Beberapa contoh di atas adalah kegiatan CSV yang telah berhasil mendapatkan penghargaan PROPER Emas di Indonesia. Kemudian, untuk memperkenalkan CSV di Indonesia, TRAS N CO Indonesia menyelenggarakan penghargaan Top CSV Award. Penghargaan dalam bidang CSV ini pertama kali diperkenalkan di tahun 2021 yang bekerja sama dengan Universitas Airlangga dalam proses penilaian. Terdapat 54 perusahaan yang dinilai performa dalam melakukan CSV, dan seba-

nyak 20 perusahaan mendapatkan penghargaan TOP CSV award 2021. Perusahaan yang menang dianggap telah sesuai dengan indikator penilaian meliputi: identifikasi masalah dan kebutuhan sosial dalam perencanaan program, program CSV berorientasi pada 3P (Profit, People, Planet), program CSV selaras dengan Sustainable Development Goals (SDGs) yang dapat diukur tingkat keberhasilannya berdasarkan SROI (Utami, 2021).

Perbedaan *Creating Shared Value (CSV)* dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Creating Shared Value (CSV) didefinisikan sebagai suatu kebijakan operasional meningkatkan nilai kompetitif sekaligus secara bersamaan memajukan kondisi sosial dan ekonomi. Sedangkan, CSR secara singkat dapat didefinisikan tentang bagaimana perusahaan melakukan kegiatan mereka untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat (Baines, 2015). Orientasi kegiatan CSR menekankan pada reputasi perusahaan, dan memiliki keterbatasan untuk terkoneksi dengan bisnis. Untuk itu, program CSR sulit untuk bertahan lama dan memiliki jangka waktu tertentu. Di sisi lain, Porter dan Kramer menawarkan CSV untuk menggantikan CSR. CSV dipahami sebagai penyelamat, di mana mendistorsi pemahaman banyak pihak tentang kapitalisme, bahwa dalam memperoleh manfaat atau keuntungan bisnis, pada umumnya mengorbankan kepentingan masyarakat. *Shared value* atau nilai bersama adalah hasil yang diciptakan baik dari segi nilai ekonomi maupun nilai bagi masyarakat untuk menjawab kebutuhan dan tantangan masyarakat (Moon & Parc, 2019). *Shared value* bukanlah tentang penyebab pemasaran atau program seperti pemberian karyawan, sukarela karyawan atau program amal apa yang cocok layaknya model CSR tradisional. CSV mencari peluang dalam pasar baru yang meme-

nuhi kebutuhan masyarakat, menggabungkan seluruh rantai nilai ke dalam proses bersama dengan konsep pengembangan klaster lokal. CSV merupakan konsep untuk menyelesaikan permasalahan sosial, sekaligus memperoleh manfaat ekonomi, yang menarik minat banyak peneliti terkemuka. Secara singkat, terdapat tabel yang menjelaskan perbedaan CSV dengan CSR sebagai berikut (Porter & Kramer, 2011):

Tabel 2: Perbedaan Konsep CSR dan CSV

CSR	CSV
Nilai: <i>Doing Good</i>	Nilai: Dampak dibatasi oleh jejak perusahaan dan anggaran CSR
<i>Citizenship, philanthropy, sustainability</i>	Perusahaan bekerja sama dengan komunitas untuk <i>creating value</i>
Menghadapi pilihan untuk menyelesaikan permasalahan yang berasal dari tekanan eksternal	Menghadapi isu dengan mengintegrasikan keputusan perusahaan dengan isu sosial
Agenda ditentukan oleh pelaporan eksternal dan preferensi perusahaan	Agenda bersifat spesifik dan dibuat secara internal
Kegiatan yang dilakukan tidak memaksimalkan keuntungan perusahaan	Integral untuk memaksimalkan keuntungan
Dampak dibatasi oleh jejak perusahaan dan anggaran CSR	Menyelaraskan kembali seluruh anggaran perusahaan
Contoh: Mendukung pembelian dengan harga yang adil	Contoh: Mengubah pengadaan untuk meningkatkan kualitas dan hasil

Kritik terkait *Creating Shared Value (CSV)*

Konsep *creating shared value* di klaim oleh Porter dan Kramer berbeda dengan *Corporate Social Responsibility* (Font, Guix, & Bonilla-Priego, 2016) and also the identification and expansion of connections between that company and society. Because critics say the concept is counterproductive, in that it focuses too narrowly on the company's economic value creation, we take a materiality analysis approach of corporate social responsibility (CSR. Tetapi, orisinalitas konsep CSV dan perbedaannya dengan konsep CSR dipertanyakan oleh para ahli. Nilai bersama dari konsep CSV dipertanyakan validitasnya, yang oleh beberapa ahli dinilai tidak memiliki inovasi. CSV seperti mencontek Teori *Triple Bottom Line* (TBL), yang artinya tidak menggantikan konsep lama. Klaim CSV yang berfokus pada penciptaan nilai sambil bertanggung jawab secara sosial dengan integrasi melalui strategi perusahaan juga dipertanyakan langkahnya (Wieland, 2017). Kemudian, CSV belum bisa menggantikan keseluruhan kegiatan perusahaan seperti CSR. Beberapa ahli menilai CSV sebagai konseptualisasi yang tepat mengatasi kekurangan dari konsep yang ada (CSR, keberlanjutan dan teori pemangku kepentingan). Menanggapi kritik, Porter dan Kramer mengklarifikasi bahwa CSV melampaui kegiatan *charity*, filantropi perusahaan, atau konsep CSR *sustainability*.

Tabel 3: Membandingkan CSV dengan Konsep Teori Pendahulu

Teori	Konsep Teori Pendahulu	CSV
Teori Stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan harus menjaga hubungan dan kepentingan dari <i>stakeholder</i> utama atau yang paling kuat • Tuntutan yang saling bertentangan dari <i>stakeholder</i> yang berbeda harus ditangani untuk memastikan keberlanjutan perusahaan, di mana agenda terkait isu sosial dipilih yang menguntungkan perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan seharusnya tidak hanya bertanggung jawab atas <i>stakeholder</i> yang paling berpengaruh/kuat, tetapi juga mengidentifikasi kebutuhan masyarakat yang tidak terpenuhi, yang dapat mendatangkan keuntungan sekaligus memberi manfaat bagi masyarakat • Sebuah perusahaan dapat memecahkan masalah sosial sambil membuat keuntungan ekonomi.
Pendekatan Friedman (Teori Shareholder)	<ul style="list-style-type: none"> • Apa yang baik untuk bisnis adalah baik untuk masyarakat • Kesadaran sosial adalah pelengkap dari kekuatan intelektual manajer bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> • Apa yang baik untuk masyarakat baik untuk bisnis • Manajer bisnis harus secara sadar mencari peluang bisnis dalam masalah sosial

CSR dan CSV Strategis	<ul style="list-style-type: none">• CSR dimulai sebagai praktik normatif untuk berbuat baik• CSR Strategis memiliki hubungan yang lemah dengan kinerja	<ul style="list-style-type: none">• CSV menekankan pada memperjelas tujuan perusahaan untuk memecahkan masalah sosial sambil menghasilkan keuntungan ekonomi.• Bukti empiris menunjukkan bahwa CSV menghasilkan perbaikan masyarakat dan menguntungkan perusahaan (misalnya Nestle, Unilever, General Electric, Walmart, dll)
------------------------------	---	--

Tabel di atas memberikan gambaran bahwa CSV memang tidak sepenuhnya revolusioner. Namun, terlepas dari kritik negatif tentang CSV, konsep tersebut mendapat ulasan positif dari beberapa perusahaan dan peneliti. Konsep CSV dinilai lebih kuat dan menawarkan model transformasional dalam berbagai cara. Kemudian, beberapa ahli menilai positif penerapan konsep CSV oleh suatu perusahaan, yang dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemauan untuk berbuat baik di masyarakat (Menghwar & Daood, 2021).

Daftar Pustaka

Baines, P. (2015). *Doing Good by Doing Good*. Melbourne: John Wiley & Sons.

Chen, Y. R., Hung-baesecke, C. F., Bowen, S. A., Zerfass, A., Stacks, D. W., & Boyd, B. (2018). The role of leadership in shared value creation from the public 's perspective : A multi-continental study. *Public Relations Review*, (May), 1–13. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.12.006>

Elfajri, S. N. (2019). Analisis Implementasi Creating Shared Value (CSV) sebagai Strategi Keberlanjutan Perusahaan: Studi Kasus Dandone-Aqua Klaten (2004-2017). *International Relations*, 5, 1015–1022.

Font, X., Guix, M., & Bonilla-Priego, M. J. (2016). Corporate social responsibility in cruising: Using materiality analysis to create shared value. *Tourism Management*, 53, 175–186. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.007>

Kementerian Lingkungan Hidup & Kehutanan. (2019). *Proper 4.0 as Simpel as it is*.

Moon, H. C., & Parc, J. (2019). Shifting corporate social responsibility to corporate social opportunity through creating shared value. *Strategic Change*, 28(2), 115–122. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/jsc.2252>

Motilewa, D., Worlu, E. K. R., Agboola, G. M., & Gberevbue, M. (2016). Creating Shared Value: A Paradigm Shift from Corporate Social Responsibility to Creating Shared Value. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 10(8), 2573–2578.

Porter, M. E., Hills, G., Pfitzer, M., Patscheke, S., & Hawkins, E. (2011). Measuring Shared Value. *How to Unlock Value by Linking Social and Business Results*, 10–11.

Porter, M. E., & Kramer, M. (2006). The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 1–13.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value. How to Reinvent Capitalism—and Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, 89(1–2). Retrieved from <https://doi.org/10.32591/coas.ojss.0201.04037b>

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value: How to Reinvent Capitalism—And Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, 327–350.

Reliantoro, S. (2012). *The Gold for Green : Bagaimana Penghargaan PROPER Emas Mendorong Lima Perusahaan Inovasi, Penciptaan Nilai dan Keunggulan Lingkungan*. Jakarta: Kementerian Lingkungan Hidup.

Sunaryo, B., Nugroho, F. S., & Irkham, A. M. (2015). Implementasi Creating Shared Value Badak LNG dalam Program Peningkatan Kapasitas Tukang Las (Welder) di Kota Bontang. *Studi Manajemen Dan Organisasi*, 12.

Utami, T. Y. D. (2021). Mengenal Apa Itu CSV dan Mengapa Diperlukan dalam Bisnis? Ini Kata Pakar. *Kompas.com*. Retrieved 28 November 2022 from <https://www.kompas.com/parapuan/read/532944519/mengenal-apa-itu-csv-dan-mengapa-diperlukan-dalam-bisnis-ini-kata-pakar>

Wieland, J. (Ed.). (2017). *Ethical Economy. Studies in Economic Ethics and Philosophy Creating Shared Value-Concepts, Experience, Criticism*. Cham, Switzerland: Springer. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/978-3-319-48802-8>

Peran Marketing Public Relations **dalam Pembangunan Perdesaan** **Berkelanjutan**

Wisnu Widjanarko
Dian Bestari Santi Rahayu

Pembangunan Perdesaan Berkelanjutan merupakan suatu isu yang berkelindan dalam mewujudkan kualitas masyarakat desa yang mandiri dan sejahtera dengan berpegang pada prinsip-prinsip pemanfaatan sumberdaya alam, sosial dan budaya dengan sepenuh kearifan. Di Indonesia, pembangunan perdesaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kebijakan pembangunan nasional yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2014-2019 dan 2020-2024 di mana untuk dimensi keberlanjutan, diperkuat melalui Peraturan Presiden No. 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan dan diterjemahkan melalui Peraturan Menteri Desa & PDT No. 13 Tahun 2020 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa 2021 serta Peraturan Menteri Desa & PDT No. 21 Tahun 2020 tentang Pedoman Umum Pembangunan Desa dan Pemberdayaan Masyarakat Desa.

Seluruh regulasi tersebut memfokuskan diri dengan secara terintegrasi, bagaimana mewujudkan desa yang bergerak menuju percepatan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Salah satunya adalah kepedulian lingkungan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam menghadirkan pemerataan pertumbuhan perekonomian. Konsep ini menunjukkan, bagaimana perdesaan harus bergerak menuju

kemandirian dan kesejahteraan yang bertumbuh secara merata, memanfaatkan potensi sumberdaya yang ada di sekelilingnya, dengan memastikan keseimbangan ekosistem berjalan dengan baik. Tentu saja, sebagai sebuah narasi ideal konsepsi ini tidak terbantahkan. Namun, hal ini sesungguhnya menjadi sebuah tantangan tersendiri pada tataran implementasinya. Karakter, keinginan dan kepentingan publik yang beragam, kesiapan pemangku kebijakan dan regulasi terkait, infrastruktur dan kesisteman diantara pemangku kepentingan sendiri, adalah hal – hal yang tentunya membutuhkan strategi komunikasi tersendiri untuk mendukung terwujudnya pembangunan perdesaan berkelanjutan tersebut.

Sebagai bagian dari *SDG (Sustainable Development Goals)*, maka hal ini tentunya membutuhkan komitmen serta peranserta semua pihak untuk merealisasikannya. Komunikasi yang intensif antara pemangku kebijakan serta pemangku kepentingan sehingga sesuatu yang penting, mulai dari diseminasi, promosi hingga mengedukasi khalayak tentang pentingnya pembangunan perdesaan yang berkelanjutan. Menghadirkan rasa kebermanfaatn pada semua pihak adalah sebuah tantangan tersendiri, khususnya dalam meyakinkan semua pihak untuk berperan serta dalam program tersebut.

Berangkat dari hal tersebut, maka menarik untuk dikaji lebih lanjut, sejauhmana peran komunikasi dalam memantik dan menggerakkan potensi kesejahteraan desa yang senantiasa meletakkan kualitas lingkungan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam prosesnya.

PR & Marketing PR: Komunikasi Berkearifan untuk Kearifan Pembangunan

Dalam konteks pembangunan perdesaan berkelanjutan, maka PR menjadi strategi komunikasi yang dapat digunakan sebagai bagian

dari membangun keberperansertaan seluruh pihak untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip keseimbangan alam dan kesejahteraan masyarakat. Secara khusus, maka Marketing PR dapat digunakan untuk mengembangkan potensi keekonomian desa dengan kearifan lokal yang menyertainya. Sejumlah riset awal menunjukkan, bahwa pendekatan ini bisa digunakan, mengingat tingkat kemanfaatan dapat dirasakan oleh warga sekaligus menjadi sarana edukasi bagi konsumen atau pengguna produk dan/atau jasa, termasuk menjaga nilai-nilai kebudayaan yang ada (Melody, 2020; Sergienko et al., 2021; Widjanarko, Widodo, et al., 2022) promotional efforts conforming to technological advancement and society behavior are required, among which is social media platform. The research is aimed at examining the management of social media account of Taman Lazuardi in Susukan Village, Banyumas District, Central Java Province, Indonesia to increase tourist visiting interest. Data are collected using Focus Group Discussion, in-depth interview, and documentation, and analyzed using interactive data analysis. The result of which indicated that the management of social media account is not optimum yet and specific communication strategy to increase tourist visiting interest is still lacking, caused by phases of Marketing Public Relations (problem identification, planning and programming, action and communication, and governance evaluation. Termasuk di dalamnya pemanfaatan media komunikasi berplatform digital untuk hal-hal yang bersifat promotif maupun literatif (Rahayu & Khusna, 2021; Widjanarko, Lusiana, et al., 2022).

Mengapa PR? Ketika kita berbicara tentang *Public Relations* (PR) sebagai strategi, taktik maupun teknik berkomunikasi, sejatinya berangkat dari 'DNA' PR yang berusaha untuk menjembatani kepentingan berbagai pihak yang dilandasi oleh kesadaran akan kesetaraan dan penghargaan atas peran serta kebutuhan masing-masing pihak terhadap suatu isu tertentu. Melekat dalam PR ada fungsi kepemimpinan

dan manajerial di mana praktisi PR berupaya untuk membangun komunikasi dengan publik—internal maupun eksternal—dalam upaya mengembangkan hubungan positif yang berkelanjutan dalam bingkai tujuan organisasi maupun harapan dari khalayak PR juga sesungguhnya merupakan kerja-kerja yang didesain dari awal dengan pengelolaan terintegrasi untuk menunjukkan kinerja yang terukur dalam upaya menghadirkan kebermanfaatan bagi organisasi dan publik melalui bingkai komunikasi dua arah. (Broom & Sha, 2013; Kelleher, 2022; Tench & Waddington, 2020)

PR atau Humas sebagai representasi dari organisasi, lembaga, korporasi bahkan individu sebagai aset strategis, selalu berupaya untuk menciptakan reputasi baik berdasarkan aktivitas yang telah, sedang dan akan dilakukan subjek yang direpresentasikannya tersebut. Keunggulan produk/jasa, mutu layanan termasuk aspek integritas, adalah hal-hal yang menentukan reputasi baik tersebut, sehingga berdampak pada kepercayaan publik terhadap organisasi, sehingga keberadaan dan kebermaknaannya akan senantiasa diterima oleh khalayak. Tentu saja, jauh lebih mudah ketika pesan yang disampaikan adalah tentang hal-hal baik yang sudah dilaksanakan, sehingga PR lebih mudah meyakinkan khalayak dengan data dan fakta yang telah direalisasikan.

Namun demikian, situasi yang ada terkadang tidak selalu demikian! PR kerap dihadapkan dengan upaya meyakinkan publik untuk sesuai yang hendak dipersiapkan, akan dirancang di masa depan. Tidak hanya itu, PR juga kerap berada dalam situasi di mana publik bahkan belum atau tidak terlalu banyak memiliki pengetahuan atau informasi seputar isu yang dihadapi. Bahkan, yang lebih menantang lagi adalah ketika berhadapan dengan kelindan misinformasi dan disinformasi, yang sedikit banyak tentunya berpotensi menggerus kepercayaan publik tersebut. Sehingga, dalam situasi yang dinamis sebagaimana

tergambar di ataslah, PR bekerja membangun ruang-ruang komunikasi publik. Berangkat dari permasalahan kesenjangan komunikasi dan/atau kualitas hubungan, membuat desain perencanaan dan menyusun suatu program untuk kemudian diterjemahkan dalam aksi komunikasi sebagai jawaban atas permasalahan yang teridentifikasi, termasuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala, sistemik dan berkelanjutan.

Bagaimana praktiknya dalam mendukung SDG's Desa tersebut? Tahap awal adalah desa terlebih dahulu melihat potensi keekonomian apa yang dapat dikembangkan, apakah pada aspek produksi bahan pangan seperti pertanian, perikanan, peternakan, atautkah pada aspek jasa seperti pariwisata dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada, seperti destinasi alam, budaya atau kuliner. Selanjutnya memastikan terlebih dahulu bahwa dalam setiap proses produksi dan jasanya tidak menggunakan bahan-bahan yang meresikokan kualitas alam. Pengetahuan produk ini menjadi sangat penting, karena komunikasi yang akan dibangun dalam mempersuasi publik tentunya harus berlandaskan data dan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Tahapan berikutnya adalah merancang aktivitas komunikasi yang dapat meningkatkan minat publik untuk menggunakan produk tersebut. Dalam konteks ini, maka aspek publikasi, penyelenggaraan kegiatan promosi serta identitas media yang didalamnya mengandung konten berupa manfaat yang diterima oleh konsumen dan desa sebagai implementor pembangunan berkelanjutan tersebut. Seluruh rancangan ini ditujukan sebagai desain pemasaran produk dan/atau jasa yang ditawarkan sehingga publik memiliki pengetahuan sekaligus minat untuk mengkonsumsi produk dari desa tersebut. Hal yang tidak kalah pentingnya adalah memahami cara berfikir khalayak, bagaimana memproses informasi sekaligus mekanisme pengambilan keputusan menjadi sesuatu yang terintegrasi dari proses rancangan tersebut.

Fase selanjutnya adalah merancang bagaimana strategi *Marketing PR* yang akan diimplementasikan. Terdapat 3 (tiga) opsi strategi, yakni *Push*, *Pull* dan *Pass*. Strategi *Push* didesain dengan penekanan pada memperkenalkan produk dan/atau jasa di mana publik disediakan informasi keuntungan serta kemanfaatan bila memilikinya. Strategi *Pull* menekankan pada upaya penetrasi khalayak yang telah memiliki pengetahuan dan kesadaran, sehingga orientasi utamanya adalah menguatkan jejaring dan komitmen antara khalayak dengan produk dan/atau jasa yang diperkenalkan. Ada pun Strategi *Pass* menitikberatkan penciptaan opini publik terhadap konsep produk dan/atau jasa yang ditawarkan, sehingga reputasi dan kepercayaan terbangun serta dapat terpelihara dengan sebaik-baiknya. Dalam isu pembangunan perdesaan berkelanjutan, ketiga pendekatan ini dapat dipilih secara parsial, substitutif atau diintegrasikan dengan mempertimbangkan sejauhmana pengetahuan, pemahaman, minat dan keberpihakan publik terhadap isu keberlanjutan ini. Semisal, ketika ingin memperkenalkan produk pertanian organik atau wisata alam yang berbasis pada komunitas kepada publik, maka diperlukan ketepatan dalam memilih strategi marketing PR itu sendiri. Mengapa demikian? Karena menjadi naif mendukung suatu program yang baik, manakala mengetahui konsepnya pun sama sekali belum dipahami. Sebaik apapun konsep dan cerdas apapun khalayak, ketika gagasan baik tersebut tidak dijembatani, maka publik tidak dapat disalahkan jika tidak mendukung atau setidak-tidaknya menjadi apatis dengan isu tersebut. Tidak hanya itu, dampaknya pun juga kepada masyarakat yang hendak mengembangkan konsep tersebut juga menjadi enggan, karena tidak meyakini apakah program tersebut dapat lebih mensejahterakan dibandingkan dengan konsep sebelumnya.

Serta yang tidak kalah pentingnya dalam pendekatan ini adalah tahapan monitoring dan evaluasi. Melalui penyeliaan secara berkala

serta evaluasi yang terukur, maka kita dapat mengetahui apakah pilihan terkait dengan strategi ini sudah tepat atau belum, apakah konten dan media yang dipilih memang berdampak sebagaimana yang diharapkan atau tidak, termasuk menjangkau publik yang diharapkan sudah sesuai atau sebaliknya. Sehingga, dapat selalu dilakukan upaya perbaikan, pemertahanan termasuk revitalisasi atas hal-hal yang sudah ada terkait dengan kebijakan tersebut. Hal ini penting adanya, karena semangat pembangunan perdesaan berkelanjutan adalah partisipasi seluruh elemen yang terkait di dalamnya, di mana komunikasi yang berkearifan, yang memahami setiap sisi kepentingan semua pihak, akan memungkinkan setiap orang tergerak menuju esensi dari pembangunan yang berkearifan, pembangunan yang menjaga keseimbangan dan kualitas alam sebagai landasan dan kerangka dalam menuju kesejahteraan masyarakat di desa dengan segenap potensi yang ada padanya.

Epilog

Komunikasi bukan panasea, namun tanpa komunikasi, problematika untuk meraih sebuah asa boleh jadi menjadi sulit untuk ditemukan solusinya. *Marketing PR* sebagai sebuah pendekatan komunikasi yang bersifat lintas disiplin keilmuan, berupaya untuk menjadi terobosan strategis bagaimana kesejahteraan masyarakat di perdesaan dapat di-realisasikan dengan tetap berfokus pada konsep keberlanjutan yang ramah dengan lingkungan. Pengetahuan yang tepat akan produk dan/atau jasa yang ditawarkan, pemahaman yang proporsional mengenai perilaku khalayak yang hendak dituju, sebagaimana pilihan-pilihan strategi untuk menjangkanya, menjadi sebuah mekanisme yang turut mendukung akselerasi implementasi pembangunan perdesaan yang berkelanjutan dengan berbasis pada potensi sumberdaya yang dimiliki dengan sepenuh kearifan.

Daftar Pustaka

Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's: Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson Education Limited.

Kelleher, T. (2022). *Public Relations* (2nd ed.). Oxford University Press.

Melody, A. (2020). Environmental Public Relations and Sustainable Development in Africa: Expanding and Applying Our Knowledge Base and Strategic Options. *Idia: Journal of Mass Communication*, 5, 523–544.

Rahayu, D. B. S., & Khusna, I. H. (2021). Instagram dan Perubahan Aktivitas Berwisata Masyarakat Banyumas. *Jurnalisa*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v7i1.20252>

Sergienko, P., Minyar-Beloucheva, A., Vishnyakova, O., & Vishnyakova, E. (2021). Social PR campaign in promoting sustainable education within urban environment. *SHS Web of Conferences*, 98, 05033. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219805033>

Tench, R., & Waddington, S. (2020). *Exploring Public Relations and Management Communication*.

Widjanarko, W., Lusiana, Y., Runtiko, A. G., Bestari, D., Rahayu, S., Khusna, I. H., & Sulaiman, A. I. (2022). *Marketing Public Relations, Instagram and Banyumas Food : An Effort to Promote and Protect Local Food as a Cultural Heritage*. *Iccs*, 925–929.

Widjanarko, W., Widodo, B., Pangastuti Marhaeni, D., Herutomo, C., Sutikna, N., Imam Prawotojati, P., & Novianti, W. (2022). *Analysis Of Marketing Public Relations Of Taman Lazuardi Tourism Park In Banyumas, Central Java Province, Indonesia To Increasetourist Visiting Interest By Means Of Social Media* (Vol. 19, Issue 2). <http://www.webology.org>

BAGIAN II

PEMANFAATAN MEDIA BARU

Berdaya dengan Jurnalisme Warga

Edi Santoso

Nur Khasanah hanya lulusan SMA, tetapi jurnalisme warga telah memberikan banyak pengalaman berharga. Guru PAUD asal Kabupaten Brebes ini merasa semakin banyak bisa berkiprah di desanya, sehingga dia termasuk salah seorang yang diundang secara khusus untuk bertemu menteri lingkungan hidup di Jakarta. Nur Khasanah tidak sendiri. Beberapa teman perempuannya di Kecamatan Paguyangan juga ikut bergabung dalam komunitas jurnalisme warga. Mereka mengelola sebuah web berita yang mengabarkan berbagai informasi di sekitar mereka. Para perempuan inilah pewartanya. Karena pewarta warga (*citizen journalism*), mereka bekerja tanpa dibayar alias sukarela.

Sebagai perempuan, mereka menganggap jurnalisme warga sudah mengangkat derajatnya. Sebelumnya, keberadaan mereka nyaris tak dianggap. Mereka hanya perempuan biasa yang tinggal di desa. Tapi mereka punya komunitas yang kuat. Mereka berjejaring dan terus mengembangkan diri. Selain menulis berita, mereka juga melakukan program-program pelayanan, seperti pengurusan akta kelahiran bagi warga yang membutuhkan. Pihak desa pun lama-lama mengaku keberadaan para perempuan aktivis ini, sehingga kemudian mereka selalu diundang dalam rapat-rapat desa, seperti dalam penyusunan rencana pembangunan desa.

Jika keberdayaan ukurannya adalah kapasitas ekonomi, para *youtuber* dari Desa Kasegeran, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas bisa menjadi bukti para jurnalis warga yang berdaya. Para *youtuber* ini memang tidak menyebut dirinya jurnalis warga, tapi menilik dari apa yang mereka lakukan, mereka juga bisa dikategorikan sebagai pewarta. Mereka mencari, mengolah, dan kemudian membagikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial. Mereka kemudian dikenal sebagai *youtuber* yang sukses. Siboen, pelopor *youtuber* Kasegeran, memiliki subscriber lebih dari 1 juta orang. Dia pernah mendapatkan penghasilan lebih dari Rp 300 juta per bulan.

Latar belakang Pendidikan dan kondisi ekonomi para *youtuber* itu beragam. Siboen sendiri hanya lulusan SD, seorang mekanik yang membuka bengkel sepeda motor di desanya. *Youtuber* lainnya ada yang sebelumnya berprofesi sebagai karyawan toko, pedagang keliling, dan juga ada yang sarjana *fresh graduated*. Mereka ini umumnya berasal dari keluarga tidak mampu, tapi kini dengan penghasilannya, mereka bisa membangun rumah, membeli tanah, dan berdonasi buat masyarakat di sekitarnya.

Jurnalisme Warga di Indonesia

Jay Rosen--seorang profesor jurnalisme di New York University, menggambarkan jurnalisme warga sebagai fenomena di mana khlayak menggunakan alat pers yang mereka miliki untuk saling menginformasikan (Rosen, 2008). Warga—siapapun dia, bisa menjadi kontributor media, dengan menggunakan berbagai bentuk penyebaran informasi. Istilah yang umum digunakan saat menjelaskan jurnalisme warga adalah “citizen media”. Menurut Aparna Dwivedi, istilah tersebut diciptakan oleh Clemencia Rodriguez, yang mendefinisikannya sebagai “proses transformatif yang mereka hasilkan di dalam partisipan

dan komunitas mereka”. Media warga berkontribusi pada berbagai outlet media. Kemunculan *citizen-generated content* ini merupakan respon terhadap media tradisional arus utama yang seringkali mengabaikan kepentingan publik dan memiliki penggambaran peristiwa dan berita yang bias (Dwivedi, 2013).

Praktik jurnalisme warga sebetulnya sudah ada jauh sebelum era media sosial. Jurnalisme warga bahkan diketahui telah terjadi pada 1700-an, tepatnya pada era Revolusi Amerika. Salah satu praktek jurnalisme warga yang dikenal pada waktu itu adalah penyebaran pamflet-pamflet yang dilakukan oleh Thomas Paine, intelektual Britania Raya di Amerika Serikat, pada periode menjelang kemerdekaan Amerika Serikat. Pamflet-pamflet tersebut ditulis oleh Thomas Paine sendiri dan disebarakan olehnya sendiri (Roos, 2022).

Praktik jurnalisme warga menemukan bentuknya ketika hadir internet, di mana masyarakat memiliki akses untuk mencari dan membagi informasi secara mudah melalui jejaring *online*. Pelopornya adalah Oh Yeon-ho yang membuat OhmyNews.com pada tahun 2000 di Korea Selatan. Oh Yeon-ho merupakan jurnalis dan aktivis politik. Dengan semboyan ‘setiap warga adalah jurnalis’, Yeon-ho menyediakan ruang bagi siapapun untuk menulis berita. Praktik ini terbukti sukses, karena jumlah penulis di media Oh Yeon-ho mencapai 50.000 orang. Karena kesuksesannya, praktik jurnalisme warga ini kemudian diadopsi di negara-negara lain dengan menyesuaikan konteks pemberitaan negara tersebut (Sociologygroup, 2022).

Di Indonesia, praktik jurnalisme warga dipelopori oleh Radio Sonora Jakarta saat kerusuhan Mei 1998 (Ningtyas, 2014). Pendengar melaporkan apa yang dilihat dan dialami ke radio tersebut. Sementara itu, Radio Elshinta sejak tahun 2000 telah menginisiasi jurnalisme warga dengan jumlah reporter hingga 100.000 orang. Keberhasilan Elshinta ini mengalahkan situs jurnalisme

warga pertama di Korea Selatan, *ohmynews* yang memiliki 40.000 reporter.

Kehadiran internet semakin menguatkan eksistensi jurnalisisme warga, seiring dengan meningkatnya akses internet oleh masyarakat. Berdasarkan survei Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), hingga tahun 2022, pengguna internet di Indonesia sudah mencapai angka 210 juta orang lebih. atau 77,02 persen dari total populasi Indonesia. Dari jumlah itu, mayoritas (lebih 89,15%) menggunakan media sosial (APJII, 2022). Penetrasi media sosial telah mengalahkan media lainnya, kecuali televisi. Melalui media sosial inilah, masyarakat berperan sebagai jurnalis warga (*citizen journalist*). Mereka berbagi informasi, layaknya jurnalis pada umumnya, melalui berbagai platform media sosial, seperti *blog*, *Facebook*, *Twitter*, atau *Instagram*.

Pemberdayaan Perempuan

Bagi perempuan, jurnalisme warga adalah peluang untuk lebih berdaya. Dengan karakternya yang setara dan terbuka, jurnalisme warga bisa menjadi wahana untuk menyampaikan suara perempuan, yang selama ini dianggap terpinggirkan oleh media arus utama (Lansdall-Welfare et al., 2016). Di India misalnya, para perempuan yang aktif dalam politik menggunakan media sosial (sebagai media jurnalisme warga) untuk mengoptimalkan peran mereka, antara lain meningkatkan transparansi dan akuntabilitas (Singh, 2011). Dalam penelitian lainnya, media sosial berkontribusi terhadap pemberdayaan perempuan, meskipun masih banyak menyisakan masalah seperti literasi, cybercrime, dan cyberbullying (Vardhan, 2017)

Keterlibatan perempuan dalam aktivitas jurnalisme warga ini cukup dominan. Di Kecamatan Paguyangan, Brebes, misalnya, semua

jurnalis warga yang aktif adalah perempuan. Sedangkan di Kecamatan Belik, empat dari lima jurnalis warga yang aktif adalah perempuan. Latar belakang mereka beragam, baik dari sisi usia maupun dari tingkat Pendidikan.

Ada beberapa alasan kenapa perempuan yang lebih banyak aktif. Pertama, di desa, sebagian besar perempuan tidak bekerja di ruang publik, sehingga lebih banyak waktu. Kedua, dalam banyak hal, perempuan lebih tekun dalam mengerjakan sesuatu. Di beberapa desa, misalnya di Paguyangan, awalnya ada beberapa laki-laki yang terlibat, tetapi dalam perjalanan waktu, akhirnya berguguran. Menurut Koordinator Jurnalis Warga di Paguyangan Lidia Alfi, para laki-laki itu kurang tekun. Ini terkonfirmasi oleh kajian Indiworo (2016), bahwa perempuan memiliki karakter unggul dalam bekerja, yakni tekun, teliti, ulet, sabar, jujur, tangguh, rasa tanggung jawab tinggi, kemauan keras, semangat tinggi dan disiplin. Ketiga, para perempuan juga memiliki semangat yang tinggi untuk belajar dan menjadi maju. Sebagai bagian dari kelompok marginal (Ireyogya.org, 2018), ada semangat tersendiri bagi perempuan untuk lebih berdaya.

Keterlibatan perempuan di Kabupaten Brebes dan dalam jurnalisisme warga berawal dari inisiasi para pegiat media sosial yang bergabung dalam Grup Facebook Celoteh Brebes Membangun (CBM). Dari Kabupaten Brebes, gerakan meluas sampai tetangga sebelah, yakni Kabupaten Pekalongan dan Pemalang, terutama sejak mendapat dukungan program Kolaborasi Masyarakat dan Pelayanan untuk Kesejahteraan (KOMPAK). KOMPAK merupakan proyek sosial buah kerjasama Indonesia dan Australia.

Mulai dari sosialisasi di desa-desa, akhirnya terekrut beberapa perempuan untuk menjadi jurnalis warga. Mereka mengikuti semacam pelatihan awal, untuk sekadar mengenalkan jurnalisisme warga dan teknik mencari serta menulis berita. Setelah itu, hampir setiap bu-

lan mereka ketemu, untuk sharing dan evaluasi, selama kurang lebih setahun. Tetapi, tantangan terberatnya adalah meyakinkan para warga, khususnya perempuan, bahwa mereka bisa menjadi jurnalis. Bukan jurnalis professional, tetapi jurnalis warga.

Setidaknya ada dua kecamatan percontohan waktu itu, yakni Kecamatan Paguyangan (Brebes) dan Kecamatan Belik (Pemalang). Di masing-masing kecamatan ini, ditunjuk seorang koordinator dan seorang mentor. Di Kecamatan Paguyangan, koordinatornya adalah Lidia Alfi, mantan guru yang sekarang menjadi fasilitator PKH, dengan mentor Adi Assegaf. Sedangkan di Kecamatan Belik, ditunjuk Kamal Hayat sebagai koordinator dan Lukman Hakim sebagai mentor.

Seiring perjalanan waktu, para perempuan ini mulai yakin bahwa mereka bisa membuat berita. Mereka yakin bisa berbuat sesuatu untuk masyarakat. Seperti yang diungkapkan Supadmi, jurnalis warga dari Belik:

Dari aktivitas jurnalis warga ini, kan kita tergugah. Kadang di desa kan banyak masalah ya, dari segi pemerintahan ataupun yang lain. Kita pengin mengungkap apa masalahnya. Dengan menuliskannya, kita berharap ada solusi. Jadi kalau ada masalah, jangan hanya menjadi kasak-kusuk warga aja.

Melalui jurnalisme warga ini, para perempuan desa pun bertumbuh, baik secara mental ataupun kapasitas individual. Secara mental, para perempuan jurnalis warga ini menjadi lebih percaya diri. Perempuan desa yang sebelumnya merasa bukan siapa-siapa kini merasa bahwa mereka bisa berbuat banyak hal. Mereka mulai dilibatkan dalam berbagai kegiatan masyarakat. Di Paguyangan, komunitas jurnalis warga dipercaya untuk membantu pengurusan akte kelahiran. Semua berawal dari tulisan yang mereka buat. Seperti dituturkan salah seorang jurnalis warga, Lidia Alfi:

Tulisan pertama saya tentang akte kelahiran, karena dulu kita membuat akte kelahiran itu susah sekali. Kita harus ngurus ke kabupaten dengan jarak tempuh yang sangat jauh. Saat itu saya membuat tulisan tentang pengalaman di Desa Wanatirta, karena ada 612 anak yang belum punya akte kelahiran. Saya buat tulisan dan tulisan menjadi perhatian, sampai menggugah Dindikcapil Kabupaten Brebes. Akhirnya, ada gerakan jemput bola akte kelahiran, dan kita yang dipercaya untuk melakukannya.

Para jurnalis warga ini semakin percaya bahwa tulisan itu membawa pengaruh besar. Seperti pengalaman Suharti, jurnalis warga dari Desa Cipetung. Melalui tulisannya, Suharti melakukan pembelaan atas berbagai persoalan yang terjadi di desanya. Misalnya, saat dia menulis sosok Yani (17), tetangganya yang menyandang disabilitas, tak lama kemudian mengundang uluran tangan dari para dermawan. Yani kini mendapat bantuan kursi roda dari sebuah komunitas relawan bencana di Brebes. Keluarga Yani pun terbantu, ketika lembaga lain yang mendengar kabar tersebut turut memberi bantuan untuk merenovasi rumahnya.

Peningkatan kapasitas individual para jurnalis warga ini, setidaknya terlihat dari peningkatan modal sosial dan modal simbolik mereka. Modal sosial merujuk pada kemampuan seseorang untuk berjejaring atau membangun relasi dengan orang atau lembaga. Sedangkan modal simbolik berkaitan dengan kapasitas untuk berkomunikasi dengan sesama, sehingga memunculkan pengakuan dari masyarakat (Syahra, 2003). Modal sosial para jurnalis warga ini terlihat dari terhubungnya mereka dengan berbagai pihak, baik dengan sesama jurnalis warga atau dengan pihak lain. Jaringan sosial yang terbentuk, bahkan sudah terlembagakan.

Sejak diiniasi sekitar tahun 2017, hingga kini para jurnalis warga di tiga Kabupaten, yakni Brebes, Pekalongan, dan Pemalang terus berkoordinasi. Mereka tergabung dalam semacam komunitas jurnalis warga. Para mentor yang sebagian besar tinggal di Brebes terus memantau perkembangan para jurnalis warga, baik dari sisi kemampuan teknis menulis ataupun aspek teknis pemuatan berita, misalnya soal domain atau hosting blog. Untuk terus mengasah kemampuan menulis, para jurnalis warga itu juga bergabung dalam grup virtual (what-sapp group), antara lain grup Kompasiner Brebes. Mereka diharuskan menulis di Kompasiana sehari minimal satu tulisan.

Untuk memudahkan koordinasi dan menyamakan irama gerakan, sekaligus menguatkan *bargaining* dengan pihak lain, di beberapa desa para perempuan membuat forum berkumpul. Di Desa Kedungoleng misalnya, mereka membentuk forum 'Selapanan'. Selapanan merupakan hitungan dalam kalender jawa, yakni setiap 36 hari. Setiap 36 hari sekali mereka bertemu, untuk bicara tentang berbagai persoalan di desa. Pihak pemerintah desa pun semakin mengakui keberadaan forum selapanan ini. Seorang jurnalis warga, Nur Khasanah menuturkan:

Sebelum ada selapanan kita nggak dikenal. Setelah ada selapanan, desa jadi memperhatikan. Sekarang, dari desa memberi anggaran setiap setahun sekali Rp 3.200.000 ya untu kegiatan itu, untuk bantuan konsumsi. Kita juga diikuti dalam RKPD. Setiap pertemuan di desa, kita diundang. Sekarang juga desa sangat mendukung.

Hal serupa dialami Purni, warga Desa Kayupuring. Desa ini berjarak sekitar 30 KM dari Ibukota Kabupaten. Mayoritas penduduknya miskin, yang bekerja sebagai buruh tani. Purni sendiri adalah seorang ibu rumah tangga, yang bekerja paruh waktu sebagai surveyor di Pus-

kesmas. Awalnya, cerita Purni, peran perempuan sangat terpinggirkan. Program-program pembangunan desa nyaris tak pernah melibatkan perempuan. Sejak 2017, Purni bergabung dengan komunitas jurnalis warga. Selain Purni, ada empat orang lainnya, jurnalis warga dari desa Kayupiring. Status sebagai jurnalis warga membuat Purni lebih percaya diri. Dia mulai terlibat dalam forum ‘Selapanan’ dengan meliput agenda kegiatannya. Forum ini cukup strategis, karena para anggotanya terlibat dalam musyawarah dusun (Musdus). Untuk pertama kalinya, Purni diundang dalam rapat pemerintahan desa, setelah dia aktif sebagai jurnalis warga.

Purni merasa kian berarti bagi masyarakat sekitarnya. Satu tulisannya tentang disabilitas viral, mendapatkan respon dari berbagai pihak, termasuk dari pemerintah setempat. Purni pun kini bisa menyuarakan gagasannya dalam penyusunan RAPBDes. Beberapa program kemudian lahir, antara lain Forum Masyarakat Sipil (Formasi) mengorganisasikan pendidikan perempuan miskin dan disabilitas dalam kelompok ‘selapanan’, serta meningkatkan pengetahuan dan kapasitas mereka untuk berinteraksi dengan pemerintah.

Pengakuan pemerintahan desa atas keberadaan para jurnalis warga itu pertanda bahwa modal simbolik para perempuan desa ini meningkat. Kemampuan mencari dan menulis berita mereka juga diakui oleh jurnalis profesional. Hal ini terbukti dari dimuatnya tulisan para jurnalis warga ini di media lokal, seperti Harian Suara Merdeka dan Radar Tegal. Kini antara para jurnalis warga dan media mainstream sudah terjalin hubungan simbiosis mutualisme. Jurnalis warga memiliki keunggulan dalam hal jangkauan dan kecepatan memperoleh informasi. Ini yang dibutuhkan oleh media konvensional. Seadangkan bagi jurnalis waga, pemuatan tulisan mereka oleh media konvensional berarti juga membantu jangkauan distribusi berita mereka.

Daftar Pustaka

- APJII. (2022). *Survei Profil Internet Indonesia 2022*. <https://apjii.or.id/survei/surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>
- Dwivedi, A. (2013). Citizen Journalism. *International Journal of Communication and Media Studies*, 3(4), 7–16.
- Indiworo, H. E. (2016). PERAN PEREMPUAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM. *Jurnal Equilibria Pendidikan*, 1(1), 27–39.
- Ireyogya.org. (2018). *Pembangunan Desa yang Berpihak kepada Kelompok Marginal*.
- Lansdall-Welfare, T, Cristianini, N., Carter, C., Jia, S., & Sudhahar, S. (2016). Women Are Seen More than Heard in Online Newspapers. *Plos One*, 11(2), e0148434. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0148434>
- Ningtyas, I. (2014). *Demokratisasi Media Melalui Jurnalisme Warga*. <http://www.remotivi.or.id/amatan/33/Demokratisasi-Media-Melalui-Jurnalisme-Warga>
- Roos, D. (2022). *What is citizen journalism?* Howstuffworks.Com. <https://people.howstuffworks.com/citizen-journalism.htm>
- Rosen, J. (2008). *A Most Useful Definition of Citizen Journalism*. Pressthink.Org. http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html
- Singh, S. (2011). Citizen journalism: Women leaders make their own news through video and blogging. *Agenda*, 22(77), 82–89. <https://doi.org/10.1080/10130950.2008.9674961>
- Sociologygroup. (2022). *Citizen Journalism: Meaning, History, Types, Pros and Cons*. Sociologygroup.Com. <https://www.sociologygroup.com/citizen-journalism/>
- Syahra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5(1), 1–22.
- Vardhan, R. (2017). Social Media and Women Empowerment: A Sociological Analysis. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 5(8), 117–121.

Pemberdayaan Berbasis Partisipasi Komunitas melalui Media Baru

Itsna Hidayatul Khusna

Arah pembangunan dunia kedepan adalah pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development* (SDGs), yaitu kesepakatan pembangunan baru para pemimpin dunia bahwa pembangunan untuk mendorong perubahan-perubahan yang bergeser ke arah pembangunan berkelanjutan yang berdasarkan hak asasi manusia dan kesetaraan untuk mendorong pembangunan sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup. Ini merupakan aksi global guna mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan. Ada 17 tujuan dalam SDGs yaitu tanpa kemiskinan; tanpa kelaparan; kehidupan sehat dan sejahtera; pendidikan berkualitas; kesetaraan gender; air bersih dan sanitasi layak; energi bersih dan terjangkau; pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi; industri, inovasi dan infrastruktur; berkurangnya kesenjangan, kota dan permukiman yang berkelanjutan, konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab; penanganan perubahan iklim; ekosistem lautan; perdamaian, keadilan dan kelembagaan yang tangguh; dan kemitraan untuk mencapai tujuan.

Sesuai dengan Agenda 2030 SDGs bahwa “tidak meninggalkan siapa pun” upaya yang dilakukan oleh PBB sebagai penggagas SDGs adalah memperluas kerja sama dengan berbagai pihak seperti asosiasi industri, *think tank*, pengelola data dan lembaga berbasis sains dan

teknologi, organisasi masyarakat sipil, lembaga akademis dan entitas sektor swasta. Artinya pembangunan dengan janji “tidak meninggalkan siapa pun” memerlukan partisipasi banyak pihak untuk mewujudkan janji tersebut. Peran masyarakat penting tidak hanya sebagai target pembangunan tetapi juga sebagai pelaku pembangunan. Upaya-upaya pembangunan adalah upaya melakukan komunikasi kepada masyarakat.

Nasution (2004) menjelaskan bagaimana komunikasi mempunyai peran penting dalam pembangunan yaitu sebagai upaya pembangunan, merupakan media efektif dan efisien untuk mengajarkan pengetahuan kepada masyarakat, dan dapat dipakai untuk mempromosikan ide-ide baru. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat maju, hadirnya media baru membawa perubahan di berbagai bidang kehidupan. Media baru yang secara umum disamakan dengan internet merupakan teknologi yang sifatnya konvergen, berjejaring digital, menjangkau global, interaktif dan komunikasi banyak-ke-banyak, serta sebagai bentuk media yang memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen sekaligus konsumen suatu konten (Flew, 2005).

Media baru saat ini telah banyak digunakan untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat. Pada bahasan selanjutnya, penulis akan memberikan beberapa contoh mengenai penggunaan media baru dalam pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan oleh para akademisi Jurusan Ilmu Komunikasi Unsoed.

Pemberdayaan dan Partisipasi Komunitas

Chamber (Noor, 2011) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan paradigma baru dalam pembangunan yang bersifat *people centered, participatory, empowerment and sustainable*. Konsep pembangunan tersebut merupakan upaya mencari alternatif

pertumbuhan ekonomi lokal. Pemberdayaan merupakan konsep yang lahir sebagai bagian dari perkembangan kebudayaan masyarakat Barat terutama Eropa yang muncul sejak tahun '70-an. Kelahirannya hampir bersamaan dengan aliran post-modernisme dengan penekanan sikap dan pendapat yang orientasinya adalah anti-sistem, anti struktur, dan anti determinisme yang diaplikasikan pada dunia kekuasaan (Widayanti, 2012). Diawali pada akhir tahun 1960-an, para ahli sadar bahwa pertumbuhan ekonomi tidak terkait langsung dengan tujuan pembangunan seperti penciptaan lapangan kerja, penghapusan kemiskinan, dan kesenjangan, serta peningkatan pemenuhan kebutuhan dasar. Permasalahan yang mulai hadir pada era ini adalah pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang diikuti dengan meningkatnya kesenjangan atau disebut sebagai '*maldevelopment*'.

Permasalahan *maldevelopment* memunculkan beberapa pandangan dari paradigma dan teori yang digunakan untuk menganalisis suatu realitas sosial. Teori mencakup empat fungsi dasar yaitu: penjelasan, prediksi, control, dan pengelolaan perubahan. Pemberdayaan adalah praktek berdasarkan empat fungsi tersebut, yaitu menggambarkan kejadian; menjelaskan sebab-sebab kejadian tersebut; memperkirakan apa yang akan terjadi selanjutnya; dan berusaha untuk mengelola dan mengontrol terhadap perubahan pada semua level aktivitas masyarakat (Mullaly, 2002).

Lebih lanjut mengenai pemberdayaan, ada dua kelompok aliran pandangan yang *pertama*, aliran developmentalisme. Aliran ini menawarkan strategi *transformative and transactive planning*, *bottom-up*, *community empowerment*, dan *participative*. Kedua, aliran anti-developmentalisme yaitu aliran yang menggunakan pendekatan kritis sebagai landasan dan alat analisis atas realitas sosial. Konsep yang diusung bahwa pemberdayaan merupakan upaya pembebasan dari determinisme dan kekuasaan yang absolut. Menenkan pada ke-

berpihakan terhadap masyarakat *grass root* yang menjadi pihak yang dirugikan dalam relasi system dominan-subordinat. Perbedaannya di antara kedua aliran tersebut jelas terlihat pada manusia harus berubah menyesuaikan sistem atau sistem berubah sehingga dengan sendirinya masyarakat akan berdaya.

Tulisan ini tidak ingin membawa untuk memilih aliran mana yang harus diikuti, tetapi menekankan tentang pemberdayaan sebagai sebuah konsep yang tidak akan lepas dari pembangunan. Pemberdayaan selamanya akan berkaitan dengan masyarakat apapun alirannya. Di era ini dimana inovasi teknologi menyebabkan perubahan di berbagai bidang kehidupan, membawa arah pembangunan lebih mengutamakan pembangunan bermanfaat bagi semua orang yang terdiri dari 17 tujuan SDGs untuk menuju ekonomi rendah karbon yang bernilai lebih tinggi, dan terintegrasi secara global. Dalam pembangunan berkelanjutan kerja sama menjadi hal yang penting, kolaborasi antara berbagai pihak dengan masyarakat dijadikan sebagai kunci tercapainya SDGs, di sinilah komunitas berperan penting. Komunitas menurut Kertajaya (2008) adalah sekelompok manusia yang memiliki rasa peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, saling mendukung dan saling membantu satu sama lain.

Pemberdayaan berbasis partisipasi komunitas merupakan pemberdayaan yang memusatkan pada partisipasi langsung komunitas dalam program-program pembangunan. Partisipasi komunitas yang dimaksud yaitu partisipasi dalam mengembangkan ide-ide baru dan partisipasi melakukan kegiatan komunikasi untuk mempromosikan potensi lokal yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal. Dengan inovasi teknologi di era ini memperbesar peran komunitas dalam partisipasi di berbagai bidang kehidupan yaitu bidang ekonomi, politik, sosial, lingkungan, hukum, dan edukasi. Media baru menjadi teknologi yang mempermudah manusia untuk melakukan ke-

giatan komunikasi. Dengan bantuan media baru, komunitas bisa lebih mudah menyebarkan informasi mengenai kondisi tempat tinggalnya, misalnya dalam menyuarakan isu-isu lingkungan, promosi pariwisata, kuliner dan kearifan lokal. Inovasi teknologi saat ini, memungkinkan manusia mendapatkan informasi dari lingkup yang paling terkecil di suatu wilayah yaitu lingkup rumah tangga/RT.

Peran komunitas yang memanfaatkan teknologi internet bisa membawa dampak positif bagi kehidupan, bisa dicontohkan dengan komunitas Indonesia Berkebudayaan yang memanfaatkan internet dan media sosial untuk menggerakkan masyarakat agar mau mengolah lahan kosong perkotaan menjadi lahan hijau yang bermanfaat. Dalam 6 bulan, gerakan komunitas yang digagas oleh Ridwan Kamil dan Shafiq Pontoh ini berhasil menyebar ke 14 kota dan menjadi sosok Web Heroes Google Chrome (Kompas.com, 2011). Kemudian di Jogja ada Kampung Cyber yang sejak 2006 menyuarakan semangat membangun komunitas masyarakat lokal yang melek teknologi dan internet. Dengan mempromosikan potensi masyarakat di kampung tersebut melalui internet membuat pelaku usaha kecil di wilayah itu terbantu dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung dan membeli produk yang mereka jual. Kampung ini sempat didatangi oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2014, yang mengisyaratkan bahwa kampung ini telah mendunia.

Partisipasi dalam Budaya Virtual

Indonesia Berkebudayaan dan Kampung Cyber merupakan contoh yang bisa menggambarkan mengenai keberadaan budaya virtual. Dua komunitas ini memanfaatkan internet untuk mencapai tujuannya. Budaya virtual lahir dari perkembangan teknologi komputer dan jaringan dimana proses komunikasi manusia melalui penggunaan dua

atau lebih komputer yang melibatkan manusia dalam konteks tertentu, yang disebut sebagai *computer mediated communication* (CMC). Komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi baru yang menandai era perubahan teknologi dan sosial. Era perubahan teknologi dan sosial ini tidak hanya mengubah bentuk dari teknologi yang tadinya apa berubah menjadi apa tetapi, perubahan teknologi itu juga menjadikan teknologi sebagai budaya itu sendiri, atau disebut sebagai budaya teknologi.

Perubahan teknologi komunikasi yang juga mengubah kondisi sosial masyarakat telah dijelaskan oleh Marshall McLuhan yang terkenal dengan Teori Determinisme Teknologi. Determinisme teknologi merupakan sebuah tema yang muncul pada tahun 1980-an. Tema ini membawa sebuah gagasan bahwa sejarah dunia tidak terlepas dari kemajuan teknologi, artinya teknologi pembuat inisiatif dari suatu peristiwa, sebagai sebuah subjek dari suatu tindakan, sebagai penggerak kekuatan dan agen perubahan. Dasar pemikirannya adalah perubahan-perubahan cara manusia untuk berkomunikasi membentuk keberadaan kita dan sebagai budayawan ia berpendapat bahwa budaya itu terbentuk berdasarkan bagaimana kemampuan kita untuk berkomunikasi. Untuk memahaminya ada tiga kerangka urutan pemikiran, yaitu: (1) penemuan-penemuan hal baru dalam bidang teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya; (2) perubahan komunikasi manusia membentuk eksistensi kehidupan manusia; (3) kita membentuk alat-alat yang kita perlukan dan sekarang giliran alat-alat itu yang membentuk diri kita.

Perkembangan internet sebagai jaringan komunikasi global telah meningkatkan komunitas virtual atau budaya virtual yang interaksinya terjadi melalui CMC. Perbedaannya dengan komunitas nyata, komunitas virtual menganggap dirinya sebagai bagian dari komunitas yang tidak dibatasi oleh wilayah geografis, komunitas didasari pada

kepentingan yang sama. Budaya dalam masyarakat virtual tercipta oleh tiga unsur: (1) kelompok yang senantiasa bekerja untuk menciptakan mesin-mesin canggih dan realistis (*hardware*); (2) kelompok yang setiap saat menggunakan mesin-mesin itu untuk menciptakan karya-karya imajinasi yang menakjubkan dalam dunia hiperrealitas; (3) masyarakat yang pada umumnya setiap hari menggunakan mesin-mesin dan karya-karya imajinasi sebagai bagian dari kehidupannya.

Partisipasi yang dilakukan pengguna internet tersaji dalam komunitas-komunitas virtual yang menciptakan dan menyebarkan ide-ide tertentu melalui CMC. Kondisi ini melahirkan cara baru berinteraksi, berbisnis, berpolitik, berteman, dll. Kelebihannya adalah teknologi ini efektif dan efisien, jangkauannya sangat luas tidak dibatasi oleh wilayah geografis. Partisipasi yang paling banyak dilakukan di era virtual ini, adalah pelibatan pengguna internet dalam pembuatan konten. Konten sebelumnya adalah milik media arus utama yang terwujud dalam sebuah industry. Saat ini siapa saja bisa membuat konten dan memiliki medianya sendiri.

Pemanfaatan Media Baru untuk Pemberdayaan

Denis McQuail (2010) menjelaskan ciri utama media baru yaitu adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitas, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Ciri tersebut yang membuat perbedaan yang jauh antara media baru dengan media konvensional seperti media cetak dan media elektronik. Internet sebagai media baru menjadi ruang virtual yang menawarkan banyak kegunaan yang sampai saat ini penggunaannya terus berkembang. Internet yang memunculkan berbagai platform media sosial membuat ruang virtual semakin banyak dihuni oleh

pengguna, *We Are Social* mencatat ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia di tahun 2022.

Banyaknya pengguna internet bisa dibaca sebagai potensi yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan berbagai kegiatan yang bermanfaat untuk peningkatan pengetahuan, akses informasi, peningkatan kesejahteraan, dan advokasi. Pemanfaatan media baru untuk pemberdayaan yang dilakukan oleh akademisi Jurusan Ilmu Komunikasi Unsoed diwujudkan dalam program pengabdian:

1. Hyperlocal Journalism melalui Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat Desa

Hyperlocal journalism (jurnalisme hiperlokal) merupakan istilah yang merujuk pada aktivitas liputan peristiwa dan topik berita dalam skala yang sangat kecil. Aktivitas jurnalisme ini beririsan dengan kegiatan *citizen journalism* yang kadang tidak mendapatkan porsi pemuatan di media arus utama. Kegiatan pemberdayaan masyarakat desa melalui *hyperlocal journalism* ini memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai wadah penyaluran informasi atau peristiwa yang terjadi dalam skala kecil yaitu desa. Memanfaatkan kemudahan yang disediakan oleh berbagai *platform* media sosial, pengabdian ini bertujuan agar warga dapat memiliki keterampilan untuk menyampaikan kabar tentang desanya di media sosial sehingga kabar-kabar tersebut bisa dilihat oleh khalayak luas. Kesadaran yang ingin diberikan bahwa media sosial bisa menjadi sarana untuk memperkenalkan potensi desa kepada masyarakat luas. Keuntungan saat potensi desa dikenal oleh masyarakat luas adalah akan banyak orang yang berkunjung ke desa dan tertarik membeli produk yang dihasilkan oleh warga desa. Kegiatan ini mengandalkan komunitas ibu-ibu sebagai penggerak kegiatan jurnalisme warga menggunakan sarana media sosial.

2. Pengembangan Desa Wisata berbasis Digital Media di Kabupaten Banyumas

Penggunaan media baru juga bisa dimanfaatkan untuk pengembangan desa wisata. Media baru dimanfaatkan sebagai media digital marketing untuk memperkenalkan potensi wisata desa. Kegiatan ini melibatkan kelompok sadar wisata dan kelompok UMKM untuk ikut melakukan promosi menggunakan media sosial. Contoh dari penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata dilakukan oleh Desa Ponggok dengan wisata terkenalnya Umbul Ponggok. Pada kegiatan pengabdian pengembangan desa wisata di Kabupaten Banyumas berbasis digital media, komunitas diarahkan untuk membuat konten yang tujuannya adalah mempromosikan potensi wisata desa.

3. Branding Wisata Berbasis Partisipasi Komunitas di Kabupaten Cilacap melalui *Hyperlocal Communication*

Program pemberdayaan masyarakat belakangan ini menasar pada penguatan ekonomi melalui potensi wisata. Komunitas bisa mengambil peranan penting dalam memajukan ekonomi masyarakat berbasis wisata, caranya dengan melakukan branding wisata agar desanya dikenal sebagai desa wisata. Komunitas harus memiliki kesadaran melakukan branding, ini merupakan upaya Bersama jika ingin mewujudkan ekonomi berbasis pariwisata. *Hyperlocal communication* bisa dimanfaatkan untuk membangun brand desa wisata. *Hyperlocal communication* adalah teknologi yang memungkinkan warga untuk menyebarkan berita di tingkat lokal melalui penggunaan ponsel, situs jejaring sosial, dan platform media sosial untuk kesadaran lokal dan advokasi. Melalui media ini masyarakat dapat dengan mudah berbagi data, dan informasi kepada masyarakat lokal maupun yang jangkauanya

lebih luas. Melalui *Hyperlocal communication* masyarakat dapat mempromosikan potensi wisata yang ada di Desa Jetis Kabupaten Cilacap secara luas dan efektif melalui media sosial, YouTube, dan website sehingga kekayaan alam yang ada di Desa Jetis bisa dikenal masyarakat luas. Usaha ini akan berjalan jika secara bersama-sama komunitas secara sadar membuat konten yang bisa dibagikan melalui *hyperlocal communication*.

Penutup

Arah baru pembangunan berkelanjutan mengajak kita untuk membangun kerja sama seluas-luasnya untuk mewujudkan Agenda 2023 SDGs. Hal tersebut akan mudah terwujud ketika masyarakat sebagai suatu komunitas ikut berpartisipasi dalam mewujudkan pembangunan yang “tidak meninggalkan siapa-pun”. Peran-peran komunitas tersebut saat ini bisa dengan mudah dilakukan dengan memanfaatkan media baru. Internet sebagai media baru menjadi sarana dan ruang untuk menciptakan dan membagikan ide baru yang menciptakan produk baik *hardware* maupun *software* yang menakjubkan yang kemanfaatannya bisa dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Komunitas bisa berpartisipasi dengan menyuarakan atau ikut andil dalam mempromosikan potensi daerahnya untuk meningkatkan kesejahteraan dalam berbagai bidang kehidupan.

Daftar Pustaka

Flew, Terry. (2005). *New Media: An Introduction. 2nd Edition*. Oxford University Press.

Kertajaya, Hermawan. (2008). *Arti Komunitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kompas.com. (2011). *Internet Wujudkan Mimpi Indonesia Berkebudun*. <https://tekno.kompas.com/read/2011/09/23/00105576/Internet.Wujudkan.Mimpi.Indonesia.Berkebudun>. Diakses tanggal 4 Desember 2022.

McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: Extension of Man*. USA: Bantam Book Inc.

McQuail, Denis. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory. 5th ed*. London: Sage Publication.

Mullaly, Bob. (2002). *Challenging Oppression: A Critical Social Work Approach*. Oxford University Press.

Nasution, Zulkarimen. (2004). *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya. Edisi Revisi*. Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT RajaGrafindo Persada.

Noor, Munawar. (2011). *Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Ilmiah CIVIS, Vol. 1, No. 2, Juli 2011*.

Widayanti, Sri. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat: Pendekatan Teoritis. Welfare, Jurnal Ilmu Kesehatan Sosial, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni 2012*.

Literasi Digital dan Pencegahan Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi

Mite Setiansah

Kekerasan seksual terhadap perempuan benar-benar merupakan sebuah fenomena gunung es yang luar biasa. Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap perempuan (Komnas perempuan telah mencatat sebanyak 2.247.594 kasus kekerasan terhadap perempuan selama periode 2012-2021(Siswadi, 2022). Jumlah tersebut tentu saja sangat membuat miris dan bisa jadi tidak disadari masyarakat luas. Literasi masyarakat tentang bentuk, dampak dan penanganan kekerasan seksual pada perempuan belum dimiliki secara merata oleh seluruh komponen masyarakat. Tingkat literasi masyarakat yang masih rendah terhadap kekerasan seksual terhadap perempuan setidaknya nampak pada sejumlah kondisi yang sesungguhnya sudah merupakan sebuah bentuk pelecehan dan kekerasan seksual namun dipandang sebagai hal yang wajar. Beberapa contoh di antaranya adalah bentuk-bentuk humor seksis, *body shaming*, perhatian yang tidak diinginkan dan sebagainya. Demikian juga kesadaran bahwa pelaku dan korban kekerasan terhadap perempuan bisa siapa saja, dan terjadi dimana saja, termasuk di lingkungan pendidikan.

Lingkungan pendidikan baik lembaga maupun orang-orang yang ada di dalamnya, seperti guru, dosen, mahasiswa, siswa, kyai, santri,

selama ini dianggap sebagai ruang dan kelompok orang yang memiliki ruh kebaikan dengan nilai moral utama adalah mengajarkan ilmu pengetahuan kepada semua yang ada di dalamnya. Namun fakta menunjukkan bahwa lingkungan pendidikan yang dipercaya banyak orang sebagai tempat menebar kebaikan, ternyata juga tidak luput dari permasalahan menyangkut kekerasan seksual terhadap perempuan. Publik baru terhenyak ketika beberapa kasus kekerasan terhadap perempuan di lingkungan pendidikan mencuat dalam pemberitaan di media massa. Dimana sejatinya peristiwa yang timbul ke permukaan itu hanyalah puncak gunung es kekerasan di lingkungan pendidikan.

Kenyataan bahwa lingkungan pendidikan tidak bebas dari kekerasan seksual, ditunjukkan melalui catatan Komnas perempuan dalam rentang tahun 2015 hingga 2020. Pada periode tersebut tercatat adanya 3 kasus kekerasan terhadap perempuan di tahun 2015 yang diadakan langsung ke Komnas Perempuan, meningkat menjadi 10 kasus di tahun 2016, kemudian 3 kasus di tahun 2017, kembali menjadi 10 kasus di tahun 2018, 15 kasus di tahun 2019 dan 10 kasus hingga Agustus 2020 (Komnas Perempuan, 2020). Jumlah kasus yang diadakan secara langsung ke Komnas perempuan pada periode tersebut, tentu saja tidak serta merta dapat diartikan bahwa kekerasan yang terjadi adalah juga sejumlah itu. Sebagaimana kasus-kasus kekerasan seksual terhadap perempuan yang umumnya lebih banyak ditutupi, kasus kekerasan seksual di lingkungan pendidikan juga memiliki kecenderungan tidak dilaporkan dengan berbagai alasan. Beberapa alasan tersebut di antaranya adalah karena rasa takut, rasa malu, tidak adanya mekanisme pengaduan, penanganan dan pemulihan korban (Komnas Perempuan, 2020). Bahkan dalam beberapa kasus, karena ketimpangan relasi kuasa, ketika korban melapor justru kemudian akan menempatkan mereka dalam posisi sebagai pembuat masalah yang mencemarkan nama baik lembaga pendidikan.

Kekerasan seksual di lembaga pendidikan terjadi di semua jenjang. Fenomena kekerasan seksual di lembaga pendidikan menjadi semakin mengkhawatirkan ketika sudah membicarakan kekerasan seksual di jenjang pendidikan tinggi. Berdasarkan jumlah aduan kasus, terungkap bahwa kasus kekerasan pada jenjang pendidikan tinggi menempati urutan pertama yakni 27%, diikuti pesantren atau pendidikan berbasis Agama Islam menempati urutan kedua atau 19%, kemudian 15% terjadi di tingkat SMU/SMK, dan 7% terjadi di tingkat SMP. Sementara di TK, SD, SLB masing-masing 3% (Komnas Perempuan, 2020).

Berdasarkan sejumlah survey tentang kekerasan seksual di berbagai negara, bentuk-bentuk kekerasan seksual yang dilaporkan umumnya mencakup ekspresi seksual, komentar tentang tubuh, sentuhan, pelukan dan atau ciuman yang tidak diinginkan (15.4%), sementara perkosaan dan percobaan perkosaan yang dilaporkan 3.4%. Pelecehan yang dilakukan oleh sesama mahasiswa lebih banyak dilaporkan dibandingkan dengan pelecehan yang dilakukan oleh staf perguruan tinggi (Sivertsen et al., 2019) yielding a response rate of 31%. Main outcome measure Sexual harassment was defined according to Norwegian legal regulations, and was assessed by self-report on seven items covering verbal, non-verbal and physical sexual harassment. We also collected data on the timeframe and frequency of the sexual harassment, in addition to the formal position of the perpetrator of the harassment. Results Lifetime sexual harassment was reported by 24.2% (women 31.3%, men 8.0%). Penelitian lain menyebutkan bahwa 72,8% responden perempuan mengaku pernah mengalami setidaknya satu kali menjadi korban kekerasan seksual sejak mereka berumur 16 tahun. 1.3% melaporkan bahwa mereka mengalami kekerasan seksual dengan perempuan sebagai pelaku dan 72.5% melaporkan telah mengalami minimal satu kali kekerasan seksual dengan laki-laki sebagai pelaku (Turchik & Hassija, 2014). Berbagai bentuk dampak keke-

rasan seksual juga telah diungkap melalui sejumlah penelitian dimana kekerasan seksual disimpulkan dapat meningkatkan risiko masalah kesehatan mental maupun somatic. Mahasiswa yang mengalami kekerasan seksual umumnya juga menunjukkan hasil akademik yang buruk, lebih parah lagi sebagian kemudian mengambil perilaku beresiko seperti mengkonsumsi narkoba, mabuk-mabukan, serta mengalami *sexual risk taking* dan *sexual dysfunction* (Sivertsen et al., 2019) yielding a response rate of 31%. Main outcome measure Sexual harassment was defined according to Norwegian legal regulations, and was assessed by self-report on seven items covering verbal, non-verbal and physical sexual harassment. We also collected data on the timeframe and frequency of the sexual harassment, in addition to the formal position of the perpetrator of the harassment. Results Lifetime sexual harassment was reported by 24.2% (women 31.3%, men 8.0%

Jika ditelusuri lebih jauh, tingginya kasus kekerasan seksual di perguruan tinggi dapat dikatakan merupakan dampak dari kekosongan hukum mengenai kekerasan seksual di lingkungan perguruan tinggi itu sendiri. Hingga tahun 2020, Indonesia belum memiliki peraturan perundangan yang menangani permasalahan kekerasan seksual di kampus. UU Perlindungan Anak hanya membantu korban kekerasan seksual yang berusia di bawah 18 tahun. UU Pencegahan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (PKDRT) hanya membantu korban dalam lingkup kekerasan dalam rumah tangga. UU Tindak Pidana Perdagangan Orang hanya membantu korban kekerasan seksual jika terkait dengan sindikat perdagangan manusia (Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, 2022).

Dengan demikian, jika korban kekerasan seksual pada jenjang pendidikan menengah ke bawah dapat dilindungi dengan UU Perlindungan Anak, perempuan dalam ikatan pernikahan dapat dilindungi dengan UU PKDRT, kelompok usia diatas 18 tahun, belum terikat atau

tidak sedang terikat dalam pernikahan dan tidak terkait dengan perdagangan orang secara otomatis menjadi kelompok dengan identitas yang belum terlindungi. Jika kelompok tersebut mengalami kekerasan maka akan ditangani dengan merujuk pada KUHP yang masih memiliki banyak keterbatasan (Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, 2022). Beberapa keterbatasan KUHP antara lain tidak mengenal Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) dan hanya mengenal pencabulan dan perkosaan. Di sisi lain, kelompok masyarakat yang berada di lingkungan perguruan tinggi sangat erat relasinya dengan teknologi dan media digital. Laporan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dirilis bulan Juni tahun 2022 menyebutkan bahwa tingkat penetrasi internet pada kelompok umur 19-34 tahun mencapai 98,64% (APJII, 2022).

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) tentu saja tidak tinggal diam. Melalui survey yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi tahun 2020 terungkap bahwa 77% dosen menyatakan bahwa kekerasan seksual pernah terjadi di kampus namun 63% dari dosen tersebut menyebutkan bahwa mereka tidak melaporkan kasus yang diketahuinya kepada pihak kampus. Hasil survey tersebut telah menjadi bukti lain bagi fenomena gunung es kekerasan seksual di perguruan tinggi. Menyadari bahwa kampus sedang mengalami situasi darurat kekerasan seksual, tahun 2021 Kemendikbud mengeluarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) Nomor 30 Tahun 2021 tentang Pencegahan dan Penanganan Kekerasan seksual di lingkungan perguruan tinggi. Permendikbud tersebut diharapkan dapat menjadi pedoman untuk melindungi korban kekerasan seksual, dan melakukan pencegahan agar dapat mengurangi tindak kekerasan seksual yang terjadi di lingkungan perguruan tinggi (Faturani, 2022).

Permendikbud 30/2021: Habis Gelap Terbitlah Terang

Berbagai kasus kekerasan terhadap perempuan khususnya di lingkungan perguruan tinggi merupakan sisi gelap dari dunia pendidikan di Indonesia saat ini. Kelompok dengan identitas usia di atas 18 tahun, tidak terikat pernikahan, tidak terkait dengan perdagangan orang, sehingga tidak terlindungi secara hukum, juga adalah ceruk gelap yang membayangi kehidupan warga kampus. Maka kehadiran Permendikbud nomor 31 tahun 2021 tentang Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual ibarat cahaya yang diharapkan dapat memberi terang di kampus.

Kekerasan seksual menjadi perhatian tersendiri dibanding bentuk kekerasan berbasis gender lainnya karena berdasarkan Catur Komnas Perempuan ditemukan juga bahwa dari sejumlah bentuk kekerasan berbasis gender terhadap perempuan didominasi oleh kekerasan seksual. Dan kekerasan seksual di lembaga pendidikan menempati urutan pertama, yaitu 87,91 persen dari kekerasan berbasis gender lain yang diadukan (Aditya, 2022). Data tersebut diungkapkan oleh anggota Komnas Perempuan Alimatul Qibtiyah dalam konferensi pers virtual Komnas Perempuan pada Selasa (22/3/2022). Alimatul Qibtiyah menyatakan bahwa, “Menunjukkan fakta bahwa kekerasan yang terjadi di perguruan tinggi itu yang paling dominan. menjadi sangat penting, agar semua masyarakat dapat memberikan perhatian terhadap persoalan-persoalan civitas akademika di kampus karena kekerasan seksual di perguruan tinggi sudah mencapai tahap yang sangat memprihatinkan (Aditya, 2022).

Peraturan Menteri tentang Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual (PPKS) di perguruan tinggi, setidaknya memiliki empat tujuan:

1. Pemenuhan hak pendidikan setiap Warga Negara Indonesia. Permen PPKS merupakan salah satu upaya untuk memenuhi hak se-

tiap WNI atas pendidikan tinggi yang aman. Tujuan pertama ini dirumuskan mengingat dalam sejumlah kasus kekerasan seksual, korban, apalagi yang melakukan pelaporan, seringkali terancam untuk tidak dapat lagi melanjutkan pendidikannya karena berbagai alasan termasuk karena dianggap telah mencoreng nama baik lembaga.

2. Penanggulangan kekerasan seksual dengan pendekatan institusional dan berkelanjutan. Substansi permen PPKS adalah memberikan kepastian hukum bagi pemimpin perguruan tinggi untuk mengambil langkah tegas. Hal ini terkait dengan kondisi dimana kerap kali demi menjaga marwah lembaga, pimpinan perguruan tinggi tidak dapat mengambil langkah tegas terhadap pelaku kekerasan seksual.
3. Peningkatan pengetahuan tentang kekerasan seksual. Melalui permen ini diharapkan seluruh kampus di Indonesia menjadi semakin teredukasi tentang isu dan hak korban kekerasan seksual. Dalam konteks ini literasi civitas akademika tentang bentuk, pencegahan, maupun penanganan kekerasan seksual menjadi penting sehingga diharapkan dapat menjadi upaya preventif bagi timbulnya kasus-kasus kekerasan seksual di kampus.
4. Penguatan kolaborasi antara Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi dengan Perguruan Tinggi. Dengan adanya permen PPKS semangat kolaboratif antara kementerian dan kampus dalam menciptakan budaya akademik yang sehat dan aman akan semakin kuat. (Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, 2022)

Keseriusan pemerintah dalam mencegah dan menangani kekerasan seksual di perguruan tinggi juga secara eksplisit ditetapkan di dalam permen PPKS ini. Tidak hanya sanksi bagi para pelaku kekeras-

an seksual yang diatur dalam pasal 14 permen ini, namun juga terdapat ketentuan sanksi bagi lembaga perguruan itu sendiri. Disebutkan bahwa jika terdapat perguruan tinggi yang tidak melakukan PPKS, maka akan dikenai sanksi administratif berupa penghentian bantuan keuangan atau bantuan sarana prasarana; dan atau penurunan tingkat akreditasi.

Adanya sanksi terhadap pendidikan tinggi secara kelembagaan ini tentu saja merupakan sebuah terobosan yang patut diapresiasi mengingat salah satu kendala terbesar dalam penanganan kasus kekerasan seksual di kampus adalah dinding tebal birokrasi kampus. Tidak jarang pimpinan di lingkungan pendidikan lebih memberikan perlindungan terhadap pelaku demi menjaga nama baik institusi. Jika korban menempuh penyelesaian pidana, terjadi penundaan berlarut. Misalnya saja dalam kasus kekerasan seksual di pesantren Jombang yang menimbulkan kelelahan baik bagi korban maupun pendamping, dan menyebabkan korban-korban lain memilih bungkam atas kekerasan seksual yang menyimpannya. Selain itu, karena kekosongan hukum sebelumnya, lembaga pendidikan pada umumnya belum memiliki Prosedur Standar Operasional untuk Pencegahan, Penanganan dan Pemulihan Korban kekerasan seksual (Siswadi, 2022).

Peta Jalan Menuju Kampus Merdeka dari Kekerasan Seksual

Penanganan kasus kekerasan seksual di kampus merupakan sebuah upaya yang tidak mudah dan kompleks. PPKS di kampus tidak hanya terkait dengan kebutuhan akan tersedianya aturan mekanisme pencegahan dan penanggulangan kekerasan seksual, tetapi juga dengan sistem birokrasi dan kualitas sumber daya manusia. Birokrasi yang kondusif akan mendukung terciptanya lingkungan kampus yang

ramah gender dan bebas dari kekerasan seksual, sebaliknya birokrasi yang rigid dan berbelit-belit akan menyebabkan terjadinya pengabaian korban kekerasan seksual atas nama baik kampus (Nikmatullah, 2020). Oleh karena itu, permen PPKS telah pula mengatur langkah-langkah pencegahan terjadinya kasus kekerasan seksual di kampus.

Pasal 6 permen PPKS nomor 30 tahun 2021 menegaskan langkah pencegahan harus dilakukan secara terstruktur atau institusional yang dikuatkan oleh langkah berikutnya di pasal 7 yang mengatur upaya pencegahan pada level individu atau agen. Pada level institusi, langkah pertama, lembaga diarahkan untuk mendorong terjadinya proses pembelajaran, dimana mahasiswa, pendidik, dan tenaga kependidikan diwajibkan untuk mempelajari modul PPKS. Kewajiban untuk mendorong terjadinya proses pembelajaran ini merupakan sebuah langkah penting bagi terciptanya literasi yang baik dari civitas akademika tentang kekerasan seksual. Langkah kedua, institusi harus melakukan penguatan tata kelola dengan merumuskan kebijakan, membentuk satuan tugas yang sifatnya non-adhoc, menyediakan layanan pelaporan kekerasan seksual dan sebagainya. Langkah ketiga, institusi harus mendorong terjadinya penguatan budaya komunitas mahasiswa, pendidik dan tenaga kependidikan dengan menjalankan aktivitas komunikasi, menyebarkan informasi dan edukasi di kegiatan pengenalan kehidupan kampus, organisasi kemahasiswaan, dan atau jaringan komunikasi informal.

Terkait dengan tugas institusi dalam mengimplementasikan PPKS ini, pasal 54 dengan tegas telah mewajibkan institusi pendidikan tinggi untuk menyerahkan laporan hasil monev setiap semester yang memuat kegiatan pencegahan kekerasan seksual yang dilaksanakan, hasil survey yang dilakukan oleh satuan tugas, data pelaporan kekerasan seksual, kegiatan penanganan kekerasan seksual serta kegiatan pencegahan keberulangan kekerasan seksual. Jika terjadi kasus keke-

rasan seksual dalam skala berat, korban dalam kondisi kritis, korban berada di wilayah negara berbeda atau lintas yurisdiksi dan atau melibatkan pelaku yang tugas dan kedudukannya berwenang melakukan pencegahan dan penanganan kekerasan seksual, maka berdasarkan pasal 56, Menteri dapat memantau dan mengevaluasi kasus secara langsung.

Paralel dengan langkah pencegahan kekerasan seksual oleh institusi, setiap warga kampus secara individual juga wajib berperan aktif di dalam melakukan pencegahan kekerasan seksual ini. Adapun langkah pertama yang dapat diambil oleh para individu sebagai agen pencegahan kekerasan seksual adalah dengan melakukan pembatasan pertemuan individual (*one-on-one*) di luar wilayah kampus, di luar jam operasional dan atau kepentingan kampus. Langkah ini menjadi penting, karena tidak jarang kasus kekerasan seksual terjadi karena adanya kesempatan dan ketiadaan saksi. Jika pertemuan individual, di luar jam operasional atau kepentingan kampus lainnya benar-benar tidak dapat dihindari, pasal 7 memberikan persyaratan tegas bahwa hal tersebut dapat dilakukan melalui surat permohonan resmi secara tertulis kepada kaprodi atau jurusan. Syarat pengajuan permohonan tertulis secara tidak langsung dapat menjadi filter untuk mencegah kasus kekerasan seksual, karena dengan demikian ada orang lain dalam hal ini kaprodi atau kajar yang mengetahui akan adanya pertemuan individual di luar jam operasional dan atau di luar kepentingan kampus.

Adanya peta jalan menuju Kampus Merdeka dari Kekerasan Seksual yang mengatur langkah-langkah yang harus dilakukan oleh institusi maupun individu menjadi sangat strategis. Studi tentang kekerasan seksual di kampus selama ini menunjukkan bahwa perhatian selama ini baru ditujukan kepada aspek pengetahuan mahasiswa tentang kekerasan seksual, efek pelecehan seksual terhadap korban, dan perlindungan hukum korban kekerasan seksual. Permasalahan ten-

tang apa yang harus dilakukan oleh institusi belum banyak menjadi perhatian para peneliti. Padahal sebuah aturan akan berjalan dengan baik jika diimbangi dengan sistem birokrasi dan sumber daya manusia yang baik (Nikmatullah, 2020). Selain tema-tema tersebut, ada juga beberapa bukti penelitian yang menunjukkan pentingnya program perlindungan saksi, *active leadership skills*, dan faktor organisasional lainnya (Bondestam & Lundqvist, 2020) groups and entire organizations in profound ways. Precarious working conditions, hierarchical organizations, a normalization of gender-based violence, toxic academic masculinities, a culture of silence and a lack of active leadership are all key features enabling sexual harassment. The aim of this study is to review scientific knowledge on sexual harassment in higher education. A thematic focus is on (a.

Literasi Digital dalam Pencegahan Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi

Di samping kekosongan payung hukum yang melindungi kelompok umur dan identitas yang ada di jenjang pendidikan tinggi, tingginya kasus kekerasan seksual juga dapat disebabkan oleh rendahnya literasi masyarakat kampus tentang bentuk, pencegahan, pelaporan dan penanganan kasus kekerasan seksual. Permen PPKS yang telah mewajibkan seluruh warga masyarakat dan civitas akademika perguruan tinggi untuk mempelajari modul PPKS perlu disambut dan ditindaklanjuti bersama. Salah satu bentuk dukungan dan kontribusi bagi peningkatan literasi masyarakat kampus terhadap PPKS adalah melalui pengembangan literasi digital tentang PPKS.

Literasi digital merupakan pengembangan dari konsep literasi media yang telah lebih dulu digunakan di masyarakat. Secara umum, literasi media didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakses, me-

mahami dan mengevaluasi media secara lebih kritis di dalam berbagai konteks komunikasi yang beragam. *Critical media literacy (CML) works to empower learners to develop a nuanced understanding of the ways in which information, power, media and ideology are inextricably linked* (Moorhouse & Brooks, 2020). Potter secara lebih sederhana mendefinisikan literasi media sebagai sebuah perspektif yang digunakan secara aktif ketika individu mengakses media dengan tujuan untuk memaknai pesan yang disampaikan oleh media (Potter, 2019). Jika dikaitkan dengan literasi digital maka karakteristik yang menjadi pembeda utama antara literasi media dan literasi digital terletak pada penggunaan teknologi digital dan kultur media digital yang ada di dalamnya. Karakteristik media digital telah memungkinkan khalayak untuk tidak hanya menjadi pengguna (*user*) media melainkan juga produsen dari konten media. Interaktivitas media digital juga telah membangun kultur di mana para penggunanya bisa saling berbagi dan memberikan respon atas sebuah konten dalam waktu yang bersamaan (*real time*).

Literasi digital diartikan dengan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam hal keterampilan yang tepat dalam memanfaatkan dan menggunakan teknologi digital demi mencapai tujuan digital. Literasi digital adalah serangkaian keterampilan untuk mengakses, menemukan, mengelola dan menyunting informasi digital, untuk bergabung dalam komunikasi dan jejaring komunikasi secara daring (Setiansah et al., 2021). Hobbs (dalam Wahyudi & Kurniasih, 2021) membagi literasi digital ke dalam beberapa kompetensi. Pertama, kompetensi akses yang mendorong individu untuk terampil di dalam menggunakan platform media digital untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat. Kedua, kompetensi memahami pesan dan bersikap kritis di dalam upaya menilai dan mengevaluasi berdasarkan kebenaran, kredibilitas dan sudut pandang pembuat pesan, serta kemampuan untuk memahami efek dan konsekuensi yang ditimbulkan dari pesan

tersebut. Ketiga, kemampuan memproduksi, kompetensi ini berupa kemampuan individu dalam menghasilkan konten menggunakan daya kreativitasnya dengan teknik yang sesuai dengan platform digital yang sesuai dengan pemikirannya. Keempat, refleksi berupa upaya memproduksi dan mendistribusikan konten yang sesuai dengan etika dan budaya yang berlaku serta tanggung jawab sosial. Kelima, berkolaborasi. Kemampuan seseorang untuk dapat melakukan kolaborasi dan berpartisipasi aktif di dalam lingkaran lingkungannya baik lingkungan keluarga, sosial, maupun komunitas untuk menebar kebaikan, berbagi pengetahuan serta memecahkan berbagai masalah.

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) telah merumuskan 10 (sepuluh) kecakapan Literasi Digital yang dapat dijadikan sebagai rujukan, yaitu:

1. Mengakses
2. Menyeleksi
3. Memahami
4. Menganalisis
5. Memverifikasi
6. Mengevaluasi
7. Mendistribusikan
8. Memproduksi
9. Berpartisipasi
10. Berkolaborasi. (Rianto et al., 2019)

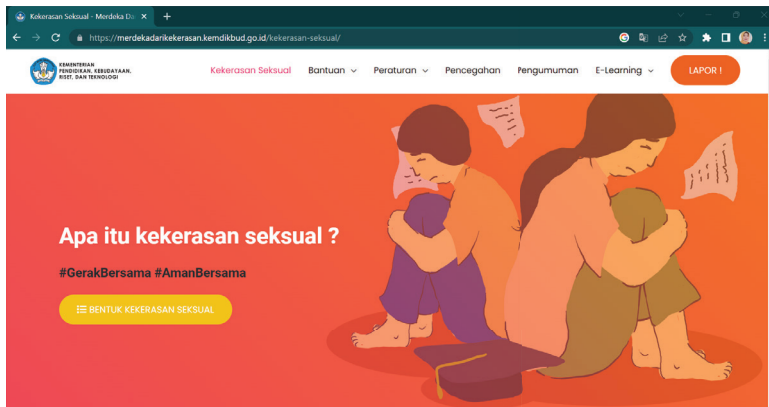
Dalam konteks pencegahan kekerasan seksual, penguasaan literasi digital oleh masyarakat kampus menjadi sangat penting. Hal ini tidak terlepas dari penggunaan media digital sebagai media utama yang digunakan oleh warga kampus untuk memperoleh maupun berbagi informasi. Dosen, mahasiswa dan tenaga pendidikan wajib menguasai keterampilan literasi digital tidak hanya pada jenjang penguasaan

teknologi, untuk mengakses dan memproduksi konten tentang kekerasan seksual namun juga di dalam membangun *social dan critical skill* dalam menggunakan media digital. Pendidikan literasi digital dengan demikian harus dirancang melampaui sekedar pelatihan atau pembelajaran keterampilan teknologi informasi dan komunikasi namun juga keterampilan untuk memahami konteks dimana dan kapan keterampilan digital itu digunakan (Suwana & Lily, 2017) *search, analyze, reflect, share, and create*. In this qualitative research study, founders, leaders, and participants from IWITA (Indonesian Women Information Technology Awareness).

Berdasarkan uraian tentang literasi digital dan berbagai kecakapan yang diperlukan untuk menjadi cakap digital, tampak ada beragam model yang muncul. Namun demikian dalam konteks pencegahan kekerasan seksual di perguruan tinggi ini, dapat dipilih kecakapan digital yang secara umum diperlukan. Jika mengikuti pendapat Hobbs, setidaknya ada lima kecakapan digital yang perlu dimiliki oleh seluruh warga kampus yang dapat dimanfaatkan untuk mencegah kekerasan seksual, setidaknya untuk menjaga diri sendiri agar tidak menjadi korban atau bahkan tanpa sengaja menjadi pelaku.

1. Memiliki kecakapan dalam mengakses semua sumber informasi digital tentang pencegahan dan kekerasan seksual. Saat ini Kemendikbudristekdikti tidak hanya memberlakukan Permen Nomor 30 tahun 2021 namun juga telah melengkapinya dengan berbagai sumber informasi pendukung yang terutama menggunakan platform digital. Beberapa di antaranya adalah laman <https://merdekadarikekerasan.kemdikbud.go.id/> yang memiliki sejumlah fitur mulai dari informasi kekerasan seksual itu sendiri, bantuan, peraturan, pencegahan, pengumuman dan fitur e-learning. Serta dilengkapi dengan fitur Laporan!. Kemendikbud juga telah

meluncurkan Seri Edukasi Permen PPKS melalui kanal Youtube Cerdas Berkarakter Kemdikbud RI.



Gambar 1. Laman <https://merdekadarikekerasan.kemdikbud.go.id/>

Di samping informasi-informasi yang disediakan kementerian, dosen, mahasiswa dan tenaga kependidikan juga dapat mengakses berbagai informasi tentang kekerasan seksual dari berbagai sumber lain yang tersedia di berbagai media sosial digital.

2. Memiliki kecakapan dalam memahami konten dan informasi bermuatan kekerasan seksual di media digital. Melalui kecakapan ini, dosen mahasiswa maupun tenaga kependidikan didorong untuk tidak hanya menerima namun juga melakukan analisis dan evaluasi atas kebenaran informasi yang diterima melalui konten digital antara lain dengan melakukan verifikasi kredibilitas sumber informasi tersebut. Termasuk ketika menerima konten-konten bermuatan kekerasan seksual melalui media digital. Sebagaimana kasus yang terjadi pada tiga orang mahasiswi Universitas Sriwijaya (Unsri) yang menjadi korban pelecehan seksual secara

verbal melalui pesan singkat dari aplikasi pesan oleh dosennya. Dalam kasus ini, oknum dosen tersebut telah divonis 8 tahun penjara oleh majelis hakim Pengadilan Negeri Palembang pada 31 Mei 2022 (Nikmatullah, 2020).

3. Memiliki kecakapan dalam memproduksi konten digital. Kompetensi memproduksi konten ini merupakan salah satu kecakapan yang sangat krusial di dalam pencegahan kekerasan seksual. Tidak hanya memproduksi konten yang dapat mengkampanyekan pencegahan seksual, namun termasuk di dalamnya adalah kemampuan korban maupun pihak saksi atau keluarga di dalam membuat pelaporan dengan menggunakan platform digital. Masalah pelaporan dalam konteks pencegahan dan penanganan kekerasan seksual bukanlah hal yang sederhana. Seringkali karena prosedur pengaduan atau pelaporan di kampus belum ada atau belum tersosialisasi dengan baik, korban atau saksi korban kemudian menyampaikan kekerasan yang dialami melalui media sosial atau digital. Atau juga karena pelaporan melalui mekanisme yang ada dipandang tidak dapat menyelesaikan masalah, maka media digital sering pula menjadi alternatif pelaporan di dalam kasus penanganan kekerasan seksual. Kecakapan memproduksi konten juga diperlukan untuk memastikan bahwa konten yang dibuat oleh warga kampus, baik dosen, mahasiswa atau tenaga kependidikan tidak mengandung muatan yang berpotensi menjadi bentuk kekerasan seksual bagi pihak lain. Karena tidak jarang, ditemukan adanya konten atau aktivitas yang tanpa sadar telah memproduksi bahkan mereproduksi bentuk-bentuk kekerasan seksual. Hal itu terjadi akibat literasi tentang kekerasan seksual yang masih terbatas dan adanya perilaku pewajaran terhadap sejumlah tindakan yang mengandung kekerasan seksual.

4. Memiliki kecakapan dalam melakukan refleksi atas konten digital yang diakses maupun diproduksi. Melakukan refleksi artinya melakukan peninjauan ulang atau perenungan atas apa yang sudah terjadi. Melakukan refleksi atas konten yang diproduksi menjadi penting apalagi dalam kasus konten yang dibuat sebagai sebuah bentuk pelaporan atas kasus kekerasan seksual. Demikian pula melakukan refleksi atas konten-konten yang diproduksi yang tanpa sengaja merupakan sebuah bentuk kekerasan seksual, seperti lelucon, meme, ujaran yang mengandung pelecehan dan sebagainya. Harus diingat bahwa, sekali kita mengunggah atau memposting apapun di media sosial (bisa berupa tulisan, foto, video atau lainnya), selamanya berkas tersebut akan tersip di *storage* (penyimpanan) dari akun media sosial tersebut dan menjadi jejak digital yang tidak mudah dihapuskan (Rianto et al., 2019).

5. Memiliki kecakapan untuk berkolaborasi. Saat ini, melihat sekelompok orang yang berkumpul bersama namun sibuk dengan gawai masing-masing adalah sebuah pemandangan yang jamak. Mereka terampil secara teknis di dalam menggunakan perangkat digital, namun tidak cukup terampil secara sosial. Di sisi lain, banyak informasi dan kondisi yang akan lebih dapat memberikan manfaat maksimal ketika dikonfirmasi dan didiskusikan dengan orang lain, termasuk ketika sudah menyangkut isu atau tidak kekerasan seksual. Tidak mudah bagi seorang korban kekerasan seksual untuk bisa mengungkapkan perlakuan yang diterima. Sehingga tidak jarang mereka bersikap soliter dan bahkan ada yang kemudian melakukan tindakan yang menyakiti diri sendiri. Oleh karena itu, kecakapan berkolaborasi menjadi hal yang penting, dimana dosen, mahasiswa dan tenaga kependidikan di kampus bisa saling berbagi informasi, bisa saling mengingatkan,

memberikan dukungan dan bahkan memberikan dukungan dan pendampingan untuk mencegah dan atau mengatasi kasus kekerasan seksual.

Penutup

Jalan menuju terwujudnya Kampus Merdeka yang bebas dari kekerasan seksual tentunya bukan sebuah jalan pintas yang mudah. Diperlukan upaya dengan pendekatan struktural oleh institusi pendidikan tinggi dan juga kultural oleh seluruh warga perguruan tinggi yang terdiri atas dosen, tenaga kependidikan dan mahasiswa untuk memastikan bahwa Permen 30/2021 tentang pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di perguruan tinggi dapat diimplementasikan dengan baik. Belajar dari praktik pencegahan kekerasan seksual di perguruan tinggi dari negara lain, diperlukan sejumlah langkah yang sistematis untuk memastikan kebijakan yang dibuat dapat benar-benar dipraktikkan secara konsisten, yaitu:

1. Adanya artikulasi kebijakan dan prosedur yang jelas.
2. Penetapan mekanisme pelaporan yang tepat.
3. Adanya mekanisme perumusan resolusi formal dan informal yang adil.
4. Sosialisasi kebijakan dan prosedur secara luas.
5. Penyelenggaraan pelatihan yang memadai. Khususnya pelatihan bagi satuan tugas, penerima laporan, maupun pimpinan agar dapat menerima laporan, memberikan pendampingan dan penanganan termasuk membuat keputusan yang tidak kontraproduktif dengan upaya pencegahan kekerasan seksual secara keseluruhan.
6. Adopsi protokol manajemen krisis kelembagaan untuk menangani kasus kekerasan seksual dan dampak pascakejadian.

7. Pengumpulan data secara terus menerus, monitoring hasil dan asesmen atas efektivitas protokol yang ditetapkan. (Swedish Council for Higher Education, 2020)

Sementara itu, terkait dengan pengembangan literasi digital untuk pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di kampus, maka ada sejumlah langkah yang juga dapat diambil oleh perguruan tinggi. Langkah-langkah tersebut antara lain:

1. Secara kelembagaan, perguruan tinggi perlu menetapkan kebijakan dan prosedur yang jelas, memastikan tim satuan tugas dapat bekerja dengan baik dan konsisten, serta menyediakan modul pembelajaran yang memuat informasi yang lengkap dan memadai tentang kebijakan, prosedur, maupun informasi lain terkait PPKS.
2. Memastikan seluruh warga kampus memiliki kecakapan digital yang memadai, tidak hanya pada level teknis untuk mengakses beragam informasi dan layanan digital yang disediakan namun juga kecakapan yang bersifat kritis dan sosial agar mampu memahami, menganalisis, memproduksi, melakukan refleksi dan melakukan kolaborasi yang kontributif terhadap upaya PPKS di kampus.

Daftar Pustaka

Aditya, N. R. (2022). *Komnas Perempuan: Perguruan Tinggi Dominasi Kekerasan terhadap Perempuan di Lembaga Pendidikan*. Kompas.com. <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/22/20425391/komnas-perempuan-perguruan-tinggi-dominasi-kekerasan-terhadap-perempuan-di?page=all>

APJII. (2022). Laporan Survei Internet Indonesia APJII 2021-2022. In *APJII* (Issue June). APJII. apji.or.id

Bondestam, F., & Lundqvist, M. (2020). Sexual harassment in higher education—a systematic review. *European Journal of Higher Education*, 10(4), 397–419. <https://doi.org/10.1080/21568235.2020.1729833>

Faturani, R. (2022). Kekerasan Seksual di Lingkungan Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(15), 480–486. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7052155>.

Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi. (2022). *Kampus Merdeka Dari Kekerasan Seksual*. <https://merdekadarikekerasan.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2021/11/MB14-Kampus-Merdeka-dari-Kekerasan-Seksual.pdf>

Komnas Perempuan. (2020). *Jadikan Lingkungan Pendidikan Sebagai Ruang Bebas Dari Kekerasan: Urgensi Pencegahan, Penanganan Dan Pemulihan Korban Kekerasan Seksual Di Lingkungan Pendidikan*. Komisi Nasional Perempuan. <https://komnasperempuan.go.id/siaran-pers-detail/siaran-pers-komisi-nasional-anti-kekerasan-terhadap-perempuan-jadikan-lingkungan-pendidikan-sebagai-ruang-bebas-dari-kekerasan-27-oktober-2020>

Moorhouse, E., & Brooks, H. (2020). Critical media literacy approaches to violence prevention: A research note. *Journal of Media Literacy Education*, 12(1), 84–99. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2020-12-1-7>

Nikmatullah. (2020). Demi Nama Baik Kampus VS Perlindungan Korban: Kasus Kekerasan Seksual di Kampus. *Qawwam: Journal for Gender Mainstreaming*, 14(2), 37–53. <https://doi.org/10.20414/qawwam.v14i2.2875>

Potter, W. J. (2019). Media Literacy (9th Edition). In *SAGE Publishing* (Vol. 9).

Rianto, P., Minanto, A., Dewi, M., Hariyanti, P., Sari, R. P., & Nuraini, I. D. (2019). *Sensitif Gender dalam Bermedia Sosial* (Pujirianto (ed.)). Penerbit Komunikasi UII.

Setiansah, M., Novianti, W., & Sutikna, N. (2021). Teacher Challenges in Developing Digital Literacy in Schools during the Pandemic Era. In R. R. Diana (Ed.), *The 3rd Annual International Conference on Social Science and Humanities (AICOSH) 2021* (Issue July). UIN Sunan Kalijaga.

Siswadi, A. (2022). *Selama Hampir 1 Dekade, Komnas Perempuan Himpun 2,2 Juta Laporan Kekerasan terhadap Perempuan*. Tempo.co. <https://nasional.tempo.co/read/1652329/selama-hampir-1-dekade-komnas-perempuan-himpun-22-juta-laporan-kekerasan-terhadap-perempuan>

Sivertsen, B., Nielsen, M. B., Madsen, I. E. H., Knapstad, M., Lønning, K. J., & Hysing, M. (2019). Sexual harassment and assault among university students in Norway: A cross-sectional prevalence study. *BMJ Open*, 9(6), 1–10. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-026993>

Suwana, F., & Lily. (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literacy. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 212–217. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2016.10.004>

Swedish Council for Higher Education. (2020). *Efforts to prevent sexual harassment in academia*.

Turchik, J. A., & Hassija, C. M. (2014). Female Sexual Victimization Among College Students: Assault Severity, Health Risk Behaviors, and

Sexual Functioning. *Journal of Interpersonal Violence*, 29(13), 2439–2457. <https://doi.org/10.1177/0886260513520230>

Wahyudi, D., & Kurniasih, N. (2021). NARASI PEREMPUAN DAN LITERASI DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *JSGA*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.17977/um032v2i2p47-53>

Etnografi Virtual Penggunaan Media Sosial oleh Pekerja Seks Komersial di Kota Purwokerto

Chusmeru

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat sejak dasawarsa belakangan ini. Keberadaan media sosial bukan hanya menjadi bagian dari gaya hidup, namun telah menjadi kebutuhan hidup manusia saat ini. Media sosial juga bukan hanya fenomena masyarakat kota atau kaum terpelajar saja, tetapi juga menjadi bagian dari kehidupan masyarakat desa dan kaum tak berpendidikan.

Khalayak media sosial tidak lagi terbatas pada usia remaja atau dewasa saja. Anak-anak saat ini juga telah menggunakan media sosial untuk berbagai kepentingan, baik pencarian informasi maupun hiburan. Pemanfaatan media sosial semakin beragam seiring dengan banyaknya aplikasi di media sosial. Demikian pula sikap, perilaku, dan posisi khalayak dalam media sosial mengalami perubahan jika dibandingkan dengan khalayak media massa konvensional seperti radio, televisi, dan media cetak.

Fenomena media sosial juga merambah “bisnis” prostitusi atau pelacuran di Indonesia. Para pekerja seks komersial (PSK) atau pelacur saat ini telah memanfaatkan media sosial sebagai upaya memasarkan jasanya. Terdapat banyak alasan mengapa PSK menggunakan media sosial. Hasil penelitian Melinda Arsanti (2017: 1) menyebutkan,

bahwa berpindahnya bisnis prostitusi dari konvensional ke online adalah karena banyaknya tempat prostitusi yang ditutup oleh pemerintah. Selain itu, para PSK juga beranggapan bahwa memasarkan bisnis seks lewat media sosial dianggap sangat efektif.

Hengky Adin Rivai (2012: 5) juga menyampaikan, fenomena perempuan pekerja seks yang menggunakan media sosial mIRC karena beberapa faktor. Pertama, keamanan dan privasi. Identitas mereka sebagai pekerja seks kecil kemungkinan untuk diketahui oleh teman, keluarga, atau orang terdekat lainnya. Kedua, faktor kemudahan. Perempuan pekerja seks komersial cukup menggunakan mIRC untuk *chatting* dan menawarkan jasa pelayanan kepada calon konsumen. Ketiga, faktor keuntungan yang lebih banyak bagi pekerja seks, karena mereka tidak menggunakan jasa para calo atau campur tangan pihak lain dalam memasarkan jasanya.

Kajian terhadap fenomena penggunaan media sosial oleh pekerja seks komersial dapat dilakukan dengan metode etnografi virtual. Metode ini dapat digunakan untuk melihat fenomena sosial dan kultural pengguna di ruang siber (*cyber space*). Dunia siber dalam penelitian etnografi virtual bisa mendekati beberapa objek atau fenomena yang ada di internet. (Nasrullah, 2014: 171-172)

Purwokerto merupakan ibu kota Kabupaten Banyumas yang terletak di kaki Gunung Slamet. Keberadaan PSK di Purwokerto cukup banyak, baik yang berada di “lokalisasi” Gang Sadar Baturraden maupun yang menjajakan diri secara mandiri. Sulit untuk mendapatkan data jumlah PSK di Purwokerto, karena Gang Sadar di Baturraden bukanlah lokalisasi yang resmi dan dilegalkan oleh Pemerintah Kabupaten Banyumas. Gang Sadar biasanya hanya digunakan sebagai tempat “mangkal” atau “show room” dan transaksi. Sedangkan eksekusinya biasanya dilakukan di hotel atau losmen di seputar Baturraden.

Fenomena baru muncul terkait keberadaan PSK di Purwokerto. Pemerintah Kabupaten Banyumas mulai melakukan penataan dan pembongkaran beberapa bangunan milik pemerintah yang disewa penduduk berpuluh tahun sebagai hotel atau penginapan. Akibatnya, jumlah pengunjung ke hotel dan penginapan tersebut menjadi turun, yang juga berdampak pada penurunan kunjungan ke lokalisasi Gang Sadar. Selain itu, ada kecenderungan PSK yang awalnya mangkal di Gang Sadar kemudian beralih dengan menyewa kamar di rumah-rumah penduduk atau kost di kota Purwokerto.

Cara menjajakan dirinya juga berubah. Para PSK tidak lagi terikat oleh mucikari atau germo yang selama ini mengatur mereka. Kini para PSK mulai menjajakan diri secara mandiri melalui media sosial. Ada perubahan cara memasarkan diri para PSK, yaitu dari cara yang konvensional atau offline ke cara memasarkan yang online. Biasanya mereka akan *booking* hotel untuk beberapa hari, sambil menjangking konsumen melalui media sosial, seperti *Wechat* maupun *WhatsApp*. Cara seperti ini dianggap lebih menguntungkan, karena pendapatannya tidak lagi diatur oleh germo serta lebih aman dari pantauan aparat keamanan. Oleh sebab itu perlu diteliti tentang etnografi virtual penggunaan media sosial oleh PSK di kota Purwokerto, agar diperoleh data tentang beberapa karakteristik khas berkomunikasi PSK lewat media sosial.

Pekerja Seks Komersial

Pelacuran, sebagai aktivitas yang dilakukan pekerja seks komersial (PSK), adalah suatu pekerjaan yang bersifat menyerahkan diri kepada umum untuk melakukan perbuatan-perbuatan seksual dengan mendapat upah. Adapun faktor yang menyebabkan terjadinya pelacuran adalah faktor endogen dan eksogen. Faktor endogen meliputi

nafsu kelamin yang besar, sifat malas, dan keinginan yang besar untuk hidup mewah. Sedangkan faktor eksogen adalah urbanisasi yang tidak teratur, pemukiman atau perumahan yang tidak memenuhi syarat, dan faktor ekonomi (Soekanto, 2007:328)

Banyak alasan mengapa seorang wanita menjadi PSK atau pelacur. Tekanan ekonomi seringkali menjadi salah satu alasan. Seorang yang tidak memiliki pekerjaan ditambah adanya tekanan ekonomi, maka dia akan menempuh cara yang paling mudah, yaitu menjual diri sendiri. Ada pula karena alasan sakit hati, ditinggalkan suami atau suami berisitri lagi, dan ia tak mau dimadu. Pada awalnya mereka tidak menyadari apa yang dilakukan, asalkan dapat uang dan pakaian. Seiring dengan waktu, mereka baru menyadari bahwa mereka telah melakukan pekerjaan dosa (Dirdjosisworo, 1977: 93-95)

Bisnis pelacuran dapat dilihat dalam beberapa tipe sesuai dengan kelas PSK yang satu dengan lainnya. Indikator yang membedakan adalah umur, penampilan busana, fisik, wajah, tinggi badan, tarif, pelayanan di kamar, kemampuan berkomunikasi, pendidikan, lokasi hubungan seksual, sarana dan prasarana berkomunikasi (Reno Bachtiar dan Edy Purnomo, dalam Rivai, 2012:30).

Alam AS (dalam Jajuli, 2010:28-29) membagi kategori pekerja seks komersial dalam 5 (lima) jenis. **Pertama**, pekerja seks komersial jalanan (*street prostitution*). Mereka biasanya terdapat di ibukota propinsi di Indonesia. Pekerja seks komersial jenis ini menunggu pelanggan sambil berdiri di pinggir jalan pada malam hari.

Kedua, PSK panggilan (*call girl prostitution*). Pada umumnya mereka menggunakan jasa perantara yang berfungsi sebagai mucikari, germo, dan pelindung. Mereka menjalankan bisnisnya berpindah tempat, dan biasanya di hotel atau tempat peristirahatan di pegunungan.

Ketiga, pekerja seks komersial lokalisasi (*brothel prostitution*). Pelacuran dalam bentuk lokalisasi paling banyak dikenal di Indonesia.

Ada tiga macam bentuk lokalisasi PSK, yaitu lokalisasi yang terpen- car dan biasanya berbaur dengan perumahan penduduk. Berikutnya, lokalisasi yang terpusat di suatu tempat yang menjadi satu kompleks dimana terdapat satu atau dua perumahan penduduk biasa. Kemudian ada juga lokalisasi yang khusus, letaknya agak jauh dari perumahan penduduk.

Keempat, PSK terselubung (*clandestine prostitution*). Mereka berada di tempat-tempat hiburan, seperti klub malam, panti pijat, pu- sat kebugaran, dan salon kecantikan.

Kelima, pekerja seks amatir. Pelacuran jenis ini bersifat rahasia, hanya diketahui oleh orang-orang tertentu saja. Tarif PSK ini bisa sa- ngat tinggi hingga puluhan juta rupiah. Mereka disebut amatir, karena melacurkan diri sebagai selingan. Mereka memiliki profesi lain yang dikenal di masyarakat sebagai pegawai atau karyawan instansi atau perusahaan, pemilik kafe, butik, dan sebagainya.

Media Sosial

Media sosial dapat dikategorikan menjadi enam (Nasrullah, 2015:39), yaitu media jejaring sosial (*social networking*) seperti *Face- book*, jurnal *online (blog)*, jurnal *online* sederhana atau mikroblog (*micro-blogging*) semacam *Twitter*, media berbagi (*media sharing*) mi- sal *YouTube*, *Flickr*, atau *Snapfish*, penanda sosial (*social bookmarking*), dan media konten bersama atau *wiki*. Pembagian jenis media sosial ke dalam kategori tersebut hanya upaya untuk melihat bagaimana jenis media sosial. Namun bukan berarti pembagian hanya terbatas pada kategori itu saja, karena perkembangan aplikasi di perangkat telepon genggam, seperti aplikasi Android begitu beragam.

Kim dan Lee (dalam Sedyaningrum, 2017:25) menyatakan bahwa situs jejaring sosial adalah sebuah *website* yang tidak hanya menampilkan

kan daftar koneksi sosial, tetapi juga menyediakan fitur-fitur dimana pengguna (*users*) dapat menampilkan diri mereka kepada pengguna yang lain. Selain terdapat daftar pertemanan atau koneksi sosial, situs jejaring sosial juga menyediakan fitur atau layanan dimana pengguna dapat menampilkan profil atau data mengenai pengguna kepada pengguna lain. Tersedia beragam fitur untuk mengubah (*update*) status, foto atau video yang diunggah serta mengolah pesan dalam situs.

Perkembangan media sosial atau media online begitu cepat dan masif. Pertengahan 2014, jumlah pengguna internet dunia mencapai hampir dua milyar. Indonesia yang memiliki jumlah penduduk sekitar 245 juta menempati urutan kelima terbesar di seluruh Asia, dengan pengguna internet lebih dari 42 juta orang (Santoso, 2015:1-2). Di antara fitur internet yang paling banyak digunakan adalah situs-situs media sosial. Menurut data per April 2014, facebook sebagai salah satu situs jejaring sosial yang jumlah penggunanya 1,28 milyar di dunia. Pengguna facebook di Indonesia per awal November 2012 telah mencapai 50.489.360, terbesar ke-4 di dunia. Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia, angka penetrasi terhadap populasi lebih dari 20%, yang berarti 1 dari 5 penduduk Indonesia mempunyai sebuah akun di facebook. Selain itu, 83% pengguna internet di Indonesia mengunjungi media sosial saat online, dan angka ini mengungguli angka global penggunaan internet untuk media sosial sebesar 62%.

Media sosial bukan hanya dimanfaatkan untuk pencarian informasi dan hiburan, namun juga untuk kepentingan bisnis. Kegiatan yang awalnya dilakukan secara tatap muka langsung secara offline, kini bisa dilakukan secara online. Prostitusi atau pelacuran yang pada beberapa tahun lalu dipasarkan secara offline, kini mulai banyak dilakukan secara online. Berbagai aplikasi digunakan oleh pekerja seks komersial untuk memasarkan dirinya. Oleh karena itu, menarik untuk diteliti pemanfaatan media sosial oleh para pekerja seks komersial.

Etnografi Virtual

Etnografi virtual merupakan pendekatan baru dalam menelaah fenomena *new media*. Little John dan Foss (dalam Moch Choirul Arif, 2012:6) menyebutkan ada dua metode untuk mengkaji media baru.

Pertama, *Cues Filtered Out Approach* (CFOA). Penelitian tentang pengguna (*users*) diarahkan pada cara komunikasi yang diperluas dengan komputer (*computer extended communication*) memediasi bentuk-bentuk komunikasi tatap muka. Komunikasi yang dimediasi oleh komputer (*computer mediated communication*, CMC) harus diukur keberhasilannya melalui komunikasi tatap muka. Pendekatan ini digunakan untuk mengamati tanda-tanda komunikasi nonverbal. Pendekatan CFOA menghasilkan dua kajian, *emoticon* dan *netiquette*. *Emoticon* merupakan lambing-lambang yang digunakan dalam media sosial untuk memaknai ekspresi wajah. Sedangkan *netiquette* adalah cara-cara yang dipersyaratkan dalam dunia maya, dalam bentuk etiket dan praktik kesopanan.

Kedua, *Avatar Research*. Pendekatan ini menekankan pada identitas online atau avatars dalam menikmati ruang interaksi yang netral. Tidak ada tanda-tanda yang secara spontan dapat mengindikasikan penampakan gender, kelas sosial, dan etnisitas. Avatars berkomunikasi pada kesetaraan, tanpa diskriminasi sosial yang menyertai kategori tertentu.

Kedua pendekatan di atas mengundang permasalahan metodologis. Pertama, posisi peneliti dengan subjek penelitian adalah asimetris ketika proses penelitian dilakukan secara online. Posisi asimetris ini sangat beresiko terhadap validitas data yang dihasilkan, karena antara peneliti dan subjek penelitian tidak dalam kondisi berhadapan (*face to face*), bahkan mungkin juga tidak saling kenal. Posisi ini mengharuskan peneliti berhati-hati dan waspada terhadap data yang disampaikan subjek penelitian.. Idealnya posisi peneliti dan subjek diharapkan

(harus) simetris, yaitu antara peneliti dan subjek berada dalam pola komunikasi yang sama, memiliki pemahaman yang sama, keduanya saling bertatap muka, mengenal dan memperkenalkan diri, data yang dihasilkan juga berdasarkan konteks yang dipahami antara keduanya.

Kedua, keotentikan identitas dan data yang disampaikan subjek penelitian. Apakah subjek penelitian secara benar dan jujur menyampaikan data yang disampaikan, apakah subjek penelitian benar-benar jujur dalam menyampaikan identitasnya. Bisa jadi subjek penelitian melakukan kebohongan, manipulasi, menyampaikan data tidak sebenarnya dibalik media online, dan secara fisik peneliti tidak dapat “merabanya” dari komunikasi non verbalnya (perilaku, mimik, gestur, dan sebagainya). Untuk mengatasinya, peneliti diwajibkan tidak hanya mengandalkan data secara online, tapi juga *off line*. Ini artinya peneliti harus melakukan “jumpa darat” dengan subjek penelitian untuk bertemu dan melakukan klarifikasi data online dengan *off line*.

Wechat dan PSK

Aplikasi *wechat* banyak digunakan oleh PSK untuk menawarkan diri atau menjaring konsumennya. Aplikasi ini sudah digunakan oleh lebih dari 100 juta orang di dunia. *Wechat* merupakan aplikasi pencarian teman yang bisa menjangkau radius 20 kilometer. Fiturnya sederhana, tidak seperti facebook. Cara mendaftarnya pun sangat mudah, hanya dengan mengunduh di app store dan registrasi akun menggunakan nomer ponsel. Posisi pemilik akun bisa ditampilkan dengan angka meter atau kilometer, bisa juga disembunyikan. Keterangan online pengguna juga dapat disembunyikan. Foto profil bisa ditampilkan beserta moment, baik foto, video, maupun stiker yang disimpan dalam album berdasarkan periode tanggal mengunggah.

Ada sisi menarik dari penggunaan wechat oleh PSK di Purwokerto. Seorang PSK bisa memiliki beberapa akun wechat dengan tampilan foto dirinya dengan pose berbeda. Hal itu bisa dilakukan apabila PSK memiliki dua atau lebih nomer telepon seluler, karena pendaftaran akun wechat biasanya menggunakan nomer telepon. Nama akun yang satu dengan yang lain bisa berbeda, namun sesungguhnya dapat diketahui bahwa akun yang berbeda itu adalah orang yang sama dengan melihat foto profil dan album foto yang dipasang atau informasi posisi atau jarak di akunnya. Untuk mengetahui akun PSK kita dapat menggunakan fitur “temukan” di wechat, kemudian pilih menu “orang di sekitar” dan pencet OK, maka akan terlihat nama-nama pengguna wechat, baik yang sedang aktif online maupun yang sedang offline, dengan keterangan posisi kilomaternya.

Pekerja seks komersial yang sesungguhnya (wanita) dapat dilihat dari nama akun dan foto profilnya. Foto profil informan Mawar (bukan nama sebenarnya), misalnya. Dia menampilkan foto profil yang seksi, dan ketika kita buka album, maka terlihat beberapa fotonya yang lebih seksi. Status Mawar di wechat cukup jelas menunjukkan bahwa dia PSK, meski tidak secara eksplisit menyebut dirinya PSK. Status Mawar bertuliskan: “*call kalo butuh pijitan*”. Namun kalau dibuka album fotonya, tampak beberapa foto seksinya, lengkap dengan *caption* yang mendeskripsikan dirinya seorang PSK. Hal itu lebih jelas jika dilakukan chat dengannya. Dia akan langsung menawarkan paket pijit biasa 150 ribu rupiah, hand job(HJ) 250 ribu, blow job (BJ) 300 ribu, dan pijiat ML 350 rupiah. Tarif Mawar tergolong murah, karena penampilannya memang tidak tampak cantik dan terpelajar. Dia juga “*stay*” atau mangkal di salah satu hotel yang murah di kota Purwokerto.

Pekerja seks komersial yang berparas cantik akan stay di hotel berbintang di kota Purwokerto dengan tarif paling rendah 500 ribu rupiah sampai harga satu jutaan sekali pelayanan atau dalam istilah

PSK: “sekali main”. Penampilan mereka di foto profil tidak terlalu sejonok. Foto di albumnya juga tidak menampilkan foto yang seksi. Mereka lebih suka mengunggah foto aktivitas travelling ke beberapa kota atau memamerkan tas dan sepatu bermerek, atau mobil yang mereka miliki.

Status PSK kelas menengah ke atas ini juga tidak mencolok menunjukkan dirinya seorang PSK. Akun milik PSK yang bernama 90 misalnya, hanya menampilkan nomer WA dan tinggi badan 174 cm. begitu pula akun milik Melati (bukan nama sebenarnya) yang berjarak 5 km dari posisi peneliti, hanya menampilkan status: “open”. Kata “open” adalah status yang biasa digunakan oleh seorang wanita yang menjalani profesi PSK lewat media sosial. Kata tersebut sama artinya dengan menerima layanan seksual.

Informan Kenanga (nama samaran) menulis di statusnya: *“besok udah ga dip wt ya say!! Yuk mari yg belum”*. Status tersebut menunjukkan bahwa dia saat ini masih berada di kota Purwokerto dan masih siap melayani. Beberapa PSK memang sering berpindah tempat pemasarannya. Mereka tidak selalu stay di satu hotel di Purwokerto saja. Beberapa kota yang sering dijadikan lokasi untuk memasarkan dirinya adalah Yogya, Solo, Semarang, Cirebon, dan Jabodetabek.

Strategi untuk menarik konsumen berbeda-beda di antara para PSK melalui status *wechat*-nya. Informan Melati (bukan nama sebenarnya) tidak hanya menulis status *open* atau nomer WA yang bisa dihubungi saja. Dia juga menulis status lengkap: *“tb 155 bb 47 minat bo wa jha 08xxxxxxx asal indo”*. Status itu biasanya dipasang oleh PSK untuk menghindari chatting yang *ribet*, di mana konsumen banyak bertanya tentang tinggi dan berat badan, nomer kontak, atau asal daerah PSK. Dengan status itu diharapkan konsumen langsung pada percakapan tentang tarif atau hotel tempat PSK menginap. Penulisan tinggi dan berat badan juga dianggap penting oleh PSK, karena selera

konsumen berbeda-beda, ada yang suka pada PSK yang agak gemuk, ada pula yang tinggi dan langsing.

Bertemu dengan PSK yang menggunakan aplikasi wechat tidaklah sulit. Saat permintaan pertemanan diterima oleh PSK, maka proses selanjutnya adalah chatting online, di mana bisa digali informasi tentang nama, umur, asal daerah, tarif, dan hotel tempat menginap. Berbeda dengan prostitusi konvensional di lokalisasi yang bisa dilakukan tawar menawar harga, pada PSK online mereka tidak mau lagi bernegosiasi soal harga. Mereka akan menjelaskan tarif pelayanan yang ditawarkan itu sudah termasuk biaya hotel. Setelah ada kecocokan dari konsumen, maka selanjutnya PSK akan memberikan nomor kamar hotel, serta memberi pesan bahwa pintu hotel tidak dikunci, dan konsumen diminta untuk langsung masuk ke kamar.

Pelayanan yang diberikan PSK berbeda-beda sesuai dengan status di akun wechat-nya. Jika di akunnya dia hanya menuliskan BO saja, maka pelayanan yang diberikan adalah ML (*making love*) dengan durasi waktu satu jam atau satu kali main. Namun jika statusnya adalah *Call* atau panggilan, maka pelayanan yang diberikan sesuai kesepakatan dengan konsumen, karena PSK tersebut tidak *stay* di hotel. Pemilihan hotel untuk eksekusi tergantung kesepakatan PSK dengan konsumen. Durasi *booking*-nya biasanya tidak dibatasi. Namun jika PSK sudah *stay* di satu hotel, kemudian ada konsumen yang menginap di hotel lain ingin *booking*, maka biasanya akan dikenakan *charge* atau biaya tambahan untuk transportasi, yang berkisar antara 100 – 200 ribu rupiah.

Sedangkan PSK yang di statusnya menuliskan kata “ pijat ” atau “ *Massage* ” bentuk pelayanan dan tarifnya berbeda. Konsumen akan diberikan pilihan, apakah hanya paket pijat biasa, pijat plus HJ (*hand job*), pijat plus BJ (*blow job*), dan pijat plus ML (*making love*).

Sebagian besar PSK yang menawarkan diri secara online melalui *Wechat* berasal dari wilayah eks Karesidenan Banyumas, seperti Purwokerto, Cilacap, Purbalingga, dan Banjarnegara. Namun ada juga PSK yang datang dari luar kota Purwokerto, seperti Madura, Banyuwangi, Semarang, Yogya, Tasik, Cirebon, Bandung, dan Bekasi.

Ketika dilakukan chatting dengan beberapa PSK terungkap alasan mengapa mereka menggeluti pekerjaan itu dan data-data lain. Alasan Melati menggeluti profesi PSK tidak begitu klasik. Biasanya seseorang menjadi PSK karena alasan bercerai, disakiti laki-laki, atau masalah ekonomi keluarga. Menurut Melati, rumah tangga dengan suaminya biasa-biasa saja. Penghasilan suaminya juga cukup untuk hidup sehari-hari. Namun ia ingin tampil lebih dalam kehidupannya, seperti memiliki perhiasan atau asesoris mewah yang tidak dibelikan suaminya.

Informan lain, Bunga, Kenanga, dan Mawar (nama samaran) memilih untuk stay di hotel dalam mencari konsumen. Mereka booking kamar hotel untuk beberapa hari, dan biasanya akan berpindah ke hotel lain di seputaran kota Purwokerto. Bunga bahkan kadang mencari konsumen dengan stay hotel di kota Cirebon.

“Kadang bosan di Purwokerto terus. Lagi pula banyak tamu saya yang berasal dari Cirebon, jadi mereka ingin mengulangi tanpa harus ke Purwokerto”, begitu alasan Bunga.

Menjalani profesi PSK bagi Mawar karena faktor keterpaksaan. Dia seorang janda yang bercerai dari suaminya karena kekerasan dalam rumah tangga (KDRT). Suami Mawar kerap memukul jika terjadi pertengkaran di rumah. Oleh karena itu ia memilih bercerai.

Cempaka stay di sebuah hotel nonbintang di kota Purwokerto, dengan tarif hotel yang terbilang murah. Fasilitas kamar hotelnya pun sederhana, meskipun dilengkapi dengan AC. Tarif hotel yang murah dan kamar yang sederhana menurut Cempaka sesuai dengan kemam-

puan dan harga pelayanan yang ia tawarkan. Cempaka tidak secara eksplisit mencantumkan harga pelayanan di akun wechat-nya. Dia hanya memajang status: *“Call klo butuh pijan”*. Maksudnya, bagi pelanggan yang memerlukan jasa pijat bisa menghubungi nomer telepon yang ia cantumkan. Ketika seseorang melakukan chatting, baru Cempaka menjelaskan tarif pijatnya. Untuk pijat biasa ia pasang harga 100 ribu rupiah, pijat plus hand job 200 ribu, pijat plus blow job 250, dan pijat plus ML 300 ribu. Harga pelayanan yang tergolong murah untuk ukuran PSK yang memasarkan diri secara online.

Menyadari bahwa persaingan untuk mendapatkan pelanggan secara online begitu ketat, maka Cempaka harus menyiasati dengan menampilkan foto sensual di album wechat. Selain itu, Cempaka juga agresif untuk mengirimkan pesan tawaran pijat plus ke akun wechat laki-laki yang sedang online. Upaya menjaring pelanggan lewat pengiriman pesan memang biasa dilakukan oleh setiap PSK Online, dengan harapan ada laki-laki yang tertarik dan berminat untuk mencari kesenangan duniawi ini.

Cerita PSK yang memasarkan diri secara online memang berbeda-beda. Ada yang sukses, sehingga para pelanggan harus mengantre untuk mem-booking. Ada pula yang tidak peduli dengan berapa pun jumlah tamu dan penghasilannya, karena menggeluti profesi PSK hanya untuk iseng saja. Namun ada juga PSK yang dalam satu hari tidak satu pun pelanggan yang ia dapatkan.

Banyak alasan Pekerja Seks Komersial menjajakan diri secara online lewat media sosial. Selain dianggap lebih efektif dan masif dalam memasarkan, penggunaan media sosial juga sebagai bentuk keinginan PSK untuk lepas dari ikatan dengan germo atau mucikari. Pemasaran diri secara online juga dianggap lebih aman, karena tidak terlalu dipantau aparat keamanan seperti halnya jika PSK menjalani profesinya secara konvensional.

Aplikasi *Wechat* digunakan oleh PSK untuk memasarkan diri karena fiturnya sederhana, cara registrasi yang mudah, dan dapat digunakan sebagai mesin pencari teman dalam radius hingga 20 kilometer.

Seorang PSK bisa memiliki lebih dari satu akun *Wechat* dengan nama yang berbeda. Hal itu dilakukan untuk lebih mudah menjangkau pelanggan. Meskipun akun *Wechat* PSK bisa dibajak orang lain, namun akan mudah dilacak keasliannya pada saat proses chatting secara *online*.

Penggunaan *Wechat* sebagai media promosi dan pemasaran oleh PSK dianggap efektif, karena hampir semua pelanggan diperoleh PSK melalui proses *chatting* secara *online*, kemudian dilanjutkan bertemu secara *offline* di kamar hotel.

Daftar Pustaka

Arif, Choirul M. 2012. “Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual”. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel* .2, (2), 165-179.

Arsanti, Melinda. 2017. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Prostitusi Online”. *eJournal Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Mula-warman*. 5,(3),50-62.

Dirdjosisworo, Soedjono. 1997. *Pelacuran Ditinjau dari Segi Hukum dan Kenyataan dalam Masyarakat*. Bandung: Karya Nusantara.

Jajuli. 2010. “Motivasi dan Dampak Pekerja Seks Komersial”. *Skripsi* pada Fakultas Dakwah UIN Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.

Nasrullah, Rully.2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Prityono, AE, dkk. 2014. *Media Sosial Alata Gerakan Sipil*. Jakarta: Public Virtue Institute.

Rivai, Hengky Adin.2012. “Fenomena Perempuan Pekerja Seks Komersial Dengan Menggunakan Aplikasi Chatting Internet Relay Chat mIRC Di Yogyakarta”. *Skripsi* pada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.

Santoso, Edi. 2015. *Dopokan Banyumasan di Media Sosial*. Purwokerto: Yayasan Literasi Bangsa.

Sedyaningrum, Arundini Sri. 2017. “Interaksi Simbolik Sesama Gay dan Penggunaan Aplikasi Grindr di Purwokerto”. *Skripsi* pada Fisip Unsoed Purwokerto: Tidak Diterbitkan.

Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Dari Bencana ke Globalisasi: Peran dan Fungsi Media Baru dalam Pembangunan Pedesaan

Shinta Prastyanti

Tidak dapat dielakkan lagi bahwa saat ini tidak ada satu negarapun di dunia yang tidak tersentuh oleh arus globalisasi. Globalisasi yang diidentikkan dengan kemajuan teknologi ibarat virus yang menginveksi seluruh penjuru bumi, menyentuh semua aspek kehidupan manusia. Sekat-sekat yang tadinya menjadi jarak pembatas diantara berbagai negara menjadi menghilang. McLuhan meyakini bahwa teknologilah penyebab utama perubahan sosial dalam masyarakat (Innis, 1950). Salah satu perubahan sosial yang terjadi adalah “bersatunya” budaya-budaya yang melintasi dunia (Anokwa, et.al, 2003) sehingga seolah-olah tercipta sebuah keseragaman budaya. Globalisasi ibarat sebuah alat yang mampu merubah sesuatu yang tadinya hanya dapat dinikmati dan dianut oleh satu komunitas menjadi konsumsi publik di seantero bumi.

Keterbukaan dan kemudahan mengelola informasi di era globalisasi ternyata tidak dapat dinikmati oleh semua negara, khususnya negara-negara yang sedang berkembang. Informasi yang mengalir dari negara-negara maju ke negara-negara berkembang tetap saja lebih dominan dibanding informasi dari negara-negara berkembang ke negara-negara maju. Belum lagi disparitas antara komunitas pedesaan

dengan perkotaan dalam suatu negara (Sreberny, 2000). Ketimpangan arus informasi ini menjadikan negara-negara dunia ketiga menjadi “korban” derasnya arus informasi dari negara-negara maju. Negara-negara berkembang menjadi “tidak berdaya” atas serbuan informasi dari negara-negara maju, khususnya Amerika Serikat. Ketidakseimbangan arus informasi menjadikan globalisasi dipandang dapat mengikis nilai-nilai kelokalan dan menyebabkan anak muda khususnya di negara-negara non-Barat menjadi bingung karena harus bernegosiasi dengan dua identitas budaya, yakni kombinasi dari budaya lokal dengan budaya global (Arnett, 2002). Akan tetapi globalisasi tidak hanya berimbas pada terciptanya “budaya ganda” bagi anak muda saja. Agak berbeda dengan pendapat Arnett, Servaes dan Lie (2000) menyatakan adanya hubungan yang kompleks dan rumit diantara globalisasi, konsumsi, dan identitas. Pendapat Servaes dan Lie menegaskan bahwa globalisasi ternyata tidak hanya memberikan pengaruh pada aspek budaya semata tetapi juga menyentuh sendi-sendi kehidupan masyarakat yang lain yakni konsumsi dan identitas diri.

Arus globalisasi tentu saja tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan teknologi komunikasi yakni internet. Internet sebagai media baru yang melengkapi kehadiran media-media sebelumnya memberikan kontribusi yang sangat signifikan dalam proses globalisasi. Kondisi tersebut menempatkan internet sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Berbagai kelebihan yang ditawarkan mengantarkan media baru ini menjadi salah satu instrumen penting di dunia saat ini. Internet memiliki kemampuan untuk menjangkau orang dalam jumlah besar, pada lokasi yang berbeda, dan pada saat yang bersamaan juga memiliki tingkat interaktifitas yang lebih tinggi dibanding media massa konvensional. *Coverage area* yang luas serta tingkat interaktifitasnya yang tinggi tidak lepas dari beberapa kemampuan unik yang dimiliki internet, diantaranya adalah *mo-*

delling dan *processing*, *multi-channel communication*, serta *anonymity* (Leeuwis & Ban, 2004).

Sebagai bagian dari tata informasi dunia, pemerintah Republik Indonesia memiliki mimpi “mengglobalkan desa-desa” yang ada di tanah air. Untuk mewujudkan mimpi tersebut maka pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informasi mengeluarkan Program Internet Masuk Desa (PMID) sebagai salah satu strategi yang dipandang tepat dalam mengatasi permasalahan keterbatasan akses internet pada masyarakat pedesaan. Kehadiran internet pada masyarakat pedesaan ini diharapkan dapat “mendekatkan” jarak antara desa dengan kota mengingat pembangunan pedesaan juga memerlukan berbagai inovasi seiring dengan perkembangan permasalahan-permasalahan yang terjadi. Keterbatasan masyarakat pedesaan akan akses informasi dikhawatirkan juga akan turut berpengaruh pada kurang maksimalnya upaya menggali dan mengelola potensi yang ada di desa sehingga desa menjadi semakin tertinggal dengan kota. Potensi yang ada di desa juga perlu dikembangkan dan disebarluaskan sehingga pangsa pasar produk pedesaan di Indonesia tidak hanya masyarakat lokal saja namun meluas ke penjuru dunia seiring dengan arus globalisasi yang mulai merambah desa. Selain mendifusikan Program Internet Masuk Desa sebagai upaya peningkatan potensi masyarakat desa, satu hal yang tidak kalah penting adalah mempersiapkan masyarakat desa akan potensi dampak yang mungkin timbul sehingga arus globalisasi tidak merusak kearifan lokal yang sudah ada secara turun temurun.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penelitian ini menjadi sangat menarik dan penting untuk diteliti mengingat pembangunan pedesaan berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi komunikasi, dan akses terhadap teknologi komunikasi tidak bisa lepas dari dampak yang ditimbulkannya.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah studi eksplanasi dengan pendekatan kualitatif sehingga tujuan penelitian yakni mengidentifikasi dan menganalisis pentingnya internet dan informasi yang disampaikan melalui internet, proses diseminasi internet termasuk kendala yang dihadapi, beserta potensi dampak bagi masyarakat pedesaan dapat dikaji secara mendalam.

Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Kabupaten Sleman menarik untuk menjadi lokasi penelitian sebab berdasarkan informasi dari Dinas Kominfo Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Kantor Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Sleman diketahui bahwa kabupaten tersebut termasuk yang paling berhasil dalam melaksanakan program internet masuk desa di DIY. Lebih lanjut diambil 2 (dua) kecamatan yang ada di Kabupaten Sleman, yakni Kecamatan Gamping dan Moyudan. Kedua kecamatan ini menjadi fokus penelitian karena di kedua kecamatan tersebut program internet masuk desa masih terus berlanjut hingga saat ini.

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Data primer untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian diperoleh dari informan penelitian yang dipilih melalui *purposive sampling*. Informan-informan tersebut berasal dari Dinas Komunikasi dan Informasi Daerah Istimewa Yogyakarta, Kantor Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Sleman bidang PLTI, serta Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Sleman bidang infrastruktur dan IKP. Guna memperoleh data yang lebih komprehensif, aparat pemerintah Kecamatan Gamping dan Moyudan juga diwawancarai sebagai masukan kunci.

Data sekunder diperoleh melalui berbagai literatur dan dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Semua data yang ditemukan di lapangan direkam menggunakan *tape recorder*, kemudian dikategori-

sasi dan dianalisis dengan berbagai literatur yang terkait agar sesuai dengan tema penelitian serta dapat menghasilkan temuan-temuan baru (Gubrium & Holstein, 2000).

Hasil dan Pembahasan

Internet dan Pembangunan Pedesaan

Pembangunan merupakan proses yang berkesinambungan dan terencana sehingga dalam pelaksanaannya pun juga memerlukan upaya yang sistematis dan terintegrasi untuk dapat menghasilkan *outcome* yang maksimal. Salah satu wilayah yang menjadi fokus perhatian dalam pembangunan adalah pedesaan. Pembangunan pedesaan didefinisikan sebagai upaya peningkatan standar kehidupan bagi masyarakat berpenghasilan rendah di pedesaan dan menjadikan mereka mandiri (Goel & Goswami, 2010). Pendapat Goel & Goswami tersebut menegaskan bahwa peningkatan standar kehidupan menjadi *basic* dari pembangunan pedesaan yang bertujuan agar masyarakat tidak lagi menggantungkan hidupnya pada orang/keompok lain, namun dapat menentukan, memutuskan, dan melakukannya untuk kepentingan sendiri. Upaya menjadikan masyarakat mandiri tentu saja membutuhkan pendekatan yang tepat dan komprehensif dari berbagai aspek, salah satu diantaranya berkaitan dengan strategi yang diterapkan. Secara lebih detil Haloi menjabarkan pembangunan pedesaan ke dalam 3 (tiga) hal, yakni: 1) sebagai sebuah konsep, 2) sebagai sebuah fenomena, dan 3) sebagai sebuah strategi (Haloi, 2015). Salah satu hal yang penting dalam strategi pembangunan pedesaan adalah pemilihan media komunikasi. Agar dapat mengakselerasi pembangunan pedesaan maka kehadiran teknologi komunikasi sebagai media penghubung pada masyarakat pedesaan dengan dunia luar dirasa dapat menjadi

solusi yang tepat meskipun pemanfaatan teknologi komunikasi memerlukan keterlibatan banyak hal diantaranya infrastruktur, jaringan, kemampuan untuk mengakses, dan lain-lain.

Kompleksitas yang terjadi dalam pembangunan pedesaan mengakibatkan luaran yang diharapkan dari proses tersebut tidak hanya bermanfaat bagi pemerintah selaku pemegang otoritas namun juga bagi masyarakat di pedesaan itu sendiri yang seringkali dipandang sebelah mata karena ditengarai masih menghadapi berbagai “kekurangan” apabila dibandingkan dengan masyarakat perkotaan. Berkaitan dengan karakter masyarakat pedesaan, Bell et al., (2010) menyatakan bahwa masyarakat pedesaan dipandang pasif dan statis dalam proses globalisasi dan teknologi. Stigma yang ada pada masyarakat pedesaan tersebut akan tetap melekat erat ketika penduduk pedesaan tidak diberikan kesempatan untuk memperoleh akses yang lebih luas guna meningkatkan taraf hidupnya meski sebenarnya penduduk pedesaan memiliki sumber daya yang luar biasa. Salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat pedesaan adalah membuka dan memperluas akses informasi dengan menghadirkan internet diantara mereka.

Berdasarkan hasil penelitian di Kabupaten Sleman diketahui bahwa keberadaan internet pada masyarakat pedesaan di kabupaten tersebut ternyata memberikan manfaat bagi warga masyarakat. Masyarakat menjadi mengetahui hal-hal yang terjadi di luar komunitasnya. ICTs dipergunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan kehidupan mereka seperti halnya informasi tentang pendidikan, pertanian, kesehatan, dan lain-lain. Hal tersebut sesuai dengan teori uses and gratification yang memiliki 3 (tiga) prinsip, yakni: media digunakan untuk menggratifikasi kebutuhan, memahami motif perilaku media, serta memahami fungsi dan konsekuensi-konsekuensi yang mengikuti kebutuhan, motif, dan perilaku (Katz, Blumler, and Gurevitch, 1974).

Sejalan dengan teori uses and gratification, Leeuwis & Ban (2004) berpendapat bahwa dengan bantuan informasi dapat dikurangi ketidakpastian dan membawa dunia di sekitar mereka. Pendapat Leeuwis & Ban tersebut menjelaskan bahwa akses internet yang dilakukan oleh masyarakat pedesaan di Kabupaten Sleman memberikan kemudahan bagi masyarakat dengan menghubungkannya ke dunia luar sehingga dapat mengurangi ketidakpastian melalui informasi yang diterimanya. Selain dari aspek kognitif, publikasi potensi yang ada di desa seperti hasil kerajinan, pertanian, bahkan pariwisata yang selama ini hanya dilakukan melalui media-media konvensional saat ini sudah mulai bergeser dengan menjadikan internet sebagai media andalan. Kehadiran internet menjadikan aset desa tersebut menjadi memiliki peluang untuk lebih dikenal secara luas sehingga dapat berpengaruh positif dalam peningkatan pendapatan masyarakat. Peluang peningkatan pendapatan ini pada gilirannya dapat berkorelasi dengan upaya pengentasan kemiskinan di pedesaan. Internet menjadikan masyarakat tidak perlu lagi membawa dan menawarkan hasil panen ataupun kerajinannya ke pasar sehingga dapat mempersingkat waktu dan mengurangi biaya operasional. Leeuwis & Ban (Singhal & Rogers, 2001) juga menyatakan bahwa ICT menjadikan masyarakat kelas menengah dari dunia ketiga dapat menjangkau pasar global.

Sejalan dengan temuan di Kabupaten Sleman bahwa pemanfaatan akses ICTs ternyata berdampak positif bagi masyarakat pedesaan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Henri Subiakto di 2 (dua) kabupaten di Jawa Timur ternyata tidak berbeda jauh dengan apa yang terjadi di Sleman. Ketersediaan akses informasi memudahkan masyarakat di kedua kabupaten di Jawa Timur tersebut dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan pasar, perluasan jaringan bisnis, mengurangi biaya operasional, dan lain-lain, yang kesemuanya berkontribusi pada upaya peningkatan pendapatan masyarakat. Selain berdampak pada

aspek ekonomi, akses informasi ternyata juga berimbas pada akselerasi layanan-layanan sosial lainnya seperti pendidikan (Subiakto, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Cecchini & Scott (2003) juga menunjukkan bahwa ICTs dapat mengurangi kemiskinan serta menghubungkan petani kecil dengan pasar. Sependapat dengan Cecchini & Scott, Seamus Grimes (Grimes, 2000) melihat prospek masyarakat pedesaan di Eropa dalam era informasi. Seamus Grimes berpendapat bahwa menguatnya kapasitas belajar masyarakat pedesaan dan berkurangnya jarak dari pasar induk diakibatkan oleh meningkatnya akses informasi masyarakat di wilayah tersebut. Memperkuat hasil penelitian di Eropa dan Indonesia, lebih lanjut Stern & Adams (2010) menegaskan bahwa internet memainkan peranan yang signifikan dalam membangun modal sosial dalam komunitas pedesaan. Kesimpulan tersebut diperoleh berdasarkan hasil penelitiannya di Amerika Serikat bagian barat. Sejalan dengan pendapat-pendapat sebelumnya, Alemna & Sam dalam penelitiannya di Ghana juga menemukan adanya potensi internet bagi pembangunan pedesaan, khususnya pada bidang pertanian, kesehatan, pendidikan, serta industri berskala kecil. Menindaklanjuti pendapat-pendapat sebelumnya, Galperin (2005) menegaskan bahwa teknologi memungkinkan pengembangan infrastruktur yang berbasis masyarakat, investasi dalam skala yang kecil, dan juga para pengguna hasil eksperimen.

Proses: dari bencana menjadi ajang promosi

Meski menuai pro kontra, keterkaitan antara ICT dengan pembangunan pedesaan tidak dapat dielakkan lagi. Internet dalam pembangunan pedesaan merupakan sesuatu yang baru dibanding media-media konvensional. Kehadiran internet pada masyarakat pedesaan tentu saja memerlukan proses yang panjang. Knickel, et.al. (2009) ber-

pendapat bahwa proses inovasi merupakan hasil kerja kolektif melalui pertukaran informasi dan proses belajar sehingga pemahaman pada aspek teknis dan ekonomi semata tidaklah cukup untuk memahami proses inovasi. Inovasi juga berfungsi sebagai proses dimana petani dan pengetahuan lokal serta motivasi dan nilai-nilai memainkan peranan yang penting.

Program internet masuk desa di Kabupten Sleman sebenarnya dimulai melalui pengembangan hotspot sampai desa pada saat terjadi bencana erupsi Gunung Merapi pada tahun 2006. Pada saat itu tujuan pengembangan hotspot menggunakan jaringan wireless LAN dari pemerintah daerah adalah memberikan akses internet kepada petugas, masyarakat, dan relawan yang berada di lokasi desa-desa yang rawan bencana. Setelah bencana Gunung Merapi, penambahan hotspot di Kabupaten Sleman tersebut secara signifikan terjadi pada saat terjadi gempa bumi di Yogyakarta pada tahun 2010. Tujuan penambahan hotspot kali inipun sama dengan ketika terjadi erupsi Gunung Merapi yakni memberikan akses internet kepada semua pihak yang terkait di desa-desa yang terkena dampak gempa. Dalam kurun waktu 5 (lima) tahun setelah terjadi bencana gempa bumi pada tahun 2010, yakni sejak tahun 2015 ternyata jaringan internet sudah terpasang di seluruh desa yang ada 17 (tujuh belas) kecamatan di Kabupaten Sleman. Meski di beberapa lokasi masih menggunakan jaringan wireless, namun perlahan-lahan jaringan tersebut diganti Fiber Optic (FO) dengan total bandwidth 425 Mbps dari 2 (dua) ISP yakni PT. GPU sebesar 225 Mbps dan PT JMN sebesar 200 Mbps. Pada tahun 2017 ini direncanakan jaringan FO akan dipasang di 17 (tujuh belas) lokasi. Dalam pemasangan jaringan, Dinas Kominfo Kabupaten Sleman bekerjasama dengan pemerintah daerah dan Telkom. Kendala utama dalam mendiseminasikan internet yang dihadapi oleh Dinas Kominfo adalah keterbatasan bandwidth karena kebutuhan masyarakat akan internet semakin

meningkat. Di sisi lain jika bandwidth ditambah membutuhkan peralatan/infrastruktur yang spesifik, kondisi existing peralatan yang tidak memungkinkan untuk penambahan bandwidth yang besar, serta keterbatasan dana untuk pengembangan peralatan tersebut.

Terlepas dari pro kontra mengenai manfaat internet bagi pembangunan pedesaan, dalam mengakses ICT setidaknya berkaitan dengan 2 (dua) kemampuan, yakni: kemampuan mendapatkan akses (hardware) serta kemampuan mengelola akses (software). Seringkali pada banyak studi hambatan dalam mengakses ICT disebabkan oleh terbatasnya infrastruktur dan ketersediaan jaringan dan seolah-olah mengabaikan bagaimana kesiapan masyarakat dalam mengaksesnya. Padahal indikator pertama tersebut hanyalah pintu pembuka dalam mengakses internet, termasuk pada masyarakat pedesaan. Kemampuan yang kedua menjadi sangat penting mengingat berhasil tidaknya program internet masuk desa sedikit banyak tergantung pada kesiapan masyarakat dalam mengelola akses, termasuk potensi dampak yang mungkin ditimbulkannya.

Berkaitan dengan kemampuan memperoleh dan mengelola akses informasi, Dinas Kominfo Kabupaten Sleman juga melakukan sosialisasi mengenai apa dan bagaimana memanfaatkan internet. Sosialisasi ini dilaksanakan 1 (satu) bulan sekali secara berganti-ganti di setiap tempat dengan *target audience* yang berbeda-beda. Dalam mendesiminasikan internet baik dari aspek *hardware* maupun *software*, Kominfo bekerjasama dengan komunitas-komunitas yang ada di masyarakat seperti ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Kelompok ibu-ibu menjadi sasaran utama karena ibu rumah tangga merupakan pilar utama dalam keluarga. Para ibu rumah tangga tersebut diharapkan akan meneruskan informasi yang mereka terima pada keluarganya sehingga dapat meminimalisir dampak negatif. Menurut Morgen (1998) perempuan dapat

memainkan peranan yang signifikan dalam pembangunan masyarakat melalui eksplorasi sumber daya luar biasa yang dimilikinya sehingga dapat berperan dalam manajemen komunitas (Moser, 1989). Pelibatan kelompok-kelompok perempuan merupakan sebuah upaya memberikan peranan yang lebih besar pada mereka untuk berkontribusi pada lingkungan sekitar sekaligus dapat menggali dan mengembangkan potensi yang dimilikinya. Kazi (2006) juga menyatakan dalam banyak penelitian juga ditemukan bahwa peningkatan kesadaran politik, ekonomi, dan perbaikan kondisi sosial suatu masyarakat dapat difasilitasi oleh adanya kelompok-kelompok sosial. Menurut Maton (2008), kelompok akar rumput dapat memperoleh kontrol yang lebih besar atas kehidupan dan lingkungan, mendapatkan sumber daya, menghormati hak-hak dasar, mencapai tujuan hidup, dan mengurangi ketimpangan sosial.

Pemanfaatan komunitas sebagai “jembatan” dalam penyampaian informasi mengenai program internet masuk desa dapat dikaji dengan teori The Third Person Effect (TPE). Meskipun teori ini lahir ketika internet belum hadir namun teori ini bisa digunakan untuk mengkaji fenomena dampak media massa. Menurut TPE persepsi individu bahwa sebuah pesan akan berdampak lebih besar pada orang lain ketimbang dirinya (Perloff, 2002). Dari teori tersebut dapat dijabarkan bahwa pesan mengenai program internet masuk desa akan lebih memberikan efek pada anggota keluarga lainnya ketimbang bagi para ibu rumah tangga yang tergabung dalam komunitas PKK tersebut sehingga anggota keluarga yang lain mampu mengelola informasi yang diperoleh melalui ICT serta menghindari dampak negatif yang dapat timbulkannya.

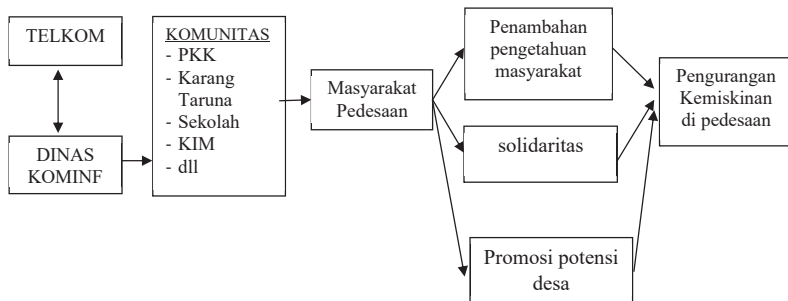
Selain melibatkan kelompok perempuan seperti PKK, Dinas Kominfo juga mengajak karang taruna, sekolah, KIM (Kelompok Informasi Masyarakat), dan sebagainya, untuk turut ambil bagian. Keberadaan kelompok-kelompok tersebut diharapkan dapat mempermudah dalam

menjangkau berbagai lapisan masyarakat karena kelompok-kelompok tersebut merupakan bagian dari entitas masyarakat sehingga dapat lebih memahami karakteristik masyarakat serta tetap menjunjung tinggi nilai-nilai kelokalan. Pemahaman karakteristik audience menjadi sangat penting mengingat masyarakat merupakan stakeholder utama dalam program internet masuk desa. Berkaitan dengan hal tersebut Napoli (2002) menyatakan bahwa pemahaman terhadap budaya lokal, ekonomi, dan motivasi merupakan elemen penting dalam model terpadu untuk memberdayakan masyarakat. Sejalan dengan Napoli, Alam (2006) juga menyampaikan bahwa pada banyak studi juga ditemukan bahwa ternyata peningkatan kesadaran politik, ekonomi serta perbaikan kondisi sosial masyarakat dapat difasilitasi oleh adanya kelompok-kelompok masyarakat. Menurut Maton (2008) kelompok-kelompok akar rumput dapat memperoleh kontrol yang lebih besar atas kehidupan dan lingkungannya, mendapatkan sumber daya, penghargaan atas hak dasar, serta dapat mencapai tujuan hidup dan mengurangi ketimpangan sosial.

Pelibatan kelompok-kelompok masyarakat dalam mendesiminasikan program internet masuk desa dapat memberikan peluang yang lebih besar bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam mengatasi permasalahan yang ada di sekitarnya, tanpa menghilangkan nilai-nilai kelokalan. Menurut Ohmer (2007) salah satu bentuk partisipasi adalah keterlibatan individu secara aktif dalam mengatasi problematika yang ada dalam suatu komunitas. Senada dengan Ohmer, Itzhaky dan York (2002) juga menegaskan adanya korelasi antara partisipasi dengan peningkatan kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Masyarakat menjadi peduli akan permasalahan-permasalahan yang ada di sekitarnya. Dampak lain dari partisipasi adalah meningkatnya kebutuhan diri. Kebutuhan diri dalam hal ini adalah kebutuhan tentang kesehatan, pendidikan, pertanian, dan sebagainya.

Kelompok-kelompok masyarakat seperti halnya PKK, Karang Taruna, dan KIM juga dapat menjadi media tukar informasi dan pendidikan masyarakat. Terbukanya isolasi dengan bertambahnya akses terhadap informasi dapat membuka peluang ekonomi dan tumbuhnya rasa percaya diri (Soetomo, 2006). Rasa percaya diri menjadi hal yang sangat penting karena dapat memberikan dorongan semangat bagi masyarakat untuk terus maju dan berkembang. Kesadaran pada tingkat komunitas melalui kelompok-kelompok masyarakat juga dapat menjadi sebuah kekuatan masyarakat dan keyakinan akan keberlanjutan partisipasi mereka (Kwiatkowski, 2005). Lebih lanjut Cohen and Prusak (2001) serta Fukuyama (2002) menyatakan bahwa kolektivitas dapat menjadi modal sosial yang menyatukan masyarakat. Kolektivitas ini juga sangat bermanfaat dalam upaya memperkenalkan internet pada masyarakat desa sehingga dapat meminimalisir dampak negatif yang mungkin terjadi.

Figure 1. Proses komunikasi internet masuk desa



Sumber: Peneliti (2019)

Pelibatan komunitas yang berbeda-beda dalam penyampaian program internet masuk desa memang memberikan ruang untuk menjangkau khalayak masyarakat yang lebih luas dari berbagai kalangan

dalam waktu yang lebih singkat. Namun model ini bukan tidak ada kelemahannya. Konsekuensi dari model ini adalah diperlukannya strategi penyampaian pesan yang berbeda pada setiap komunitas sehingga dapat mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Cangara, 2014). Membuat beberapa strategi yang berbeda tidaklah mudah karena harus mempertimbangkan berbagai aspek. Kegagalan dalam memilih dan menerapkan strategi akan berkorelasi dengan tidak maksimalnya output yang dihasilkan. Kelemahan yang lain adalah potensi terjadinya distorsi pesan. Kemungkinan untuk terjadinya distorsi pesan sangatlah besar mengingat masyarakat tidak menerima informasi secara langsung dari sumber, namun melalui perantara yakni komunitas. Distorsi pesan menjadikan masyarakat tidak dapat menerima pesan secara utuh. Ketidakutuhan pesan yang diterima bisa jadi berpengaruh terhadap kesediaan masyarakat untuk berpartisipasi pada program yang disampaikan.

Proses komunikasi dalam mendiseminasikan internet pada masyarakat pedesaan di Kabupaten Sleman tersebut setidaknya berdampak pada 3 (tiga) aspek yakni; 1) penambahan aspek kognitif masyarakat berkaitan dengan informasi kesehatan, pendidikan, pertanian, dan sebagainya, 2) meningkatnya kegiatan bersama yang dapat menumbuhkan solidaritas, serta 3) promosi potensi desa sehingga keberadaan desa beserta segala potensi yang dimilikinya dapat menjadi perhatian publik dalam skala yang lebih luas. Proses komunikasi beserta dampak ICT di Kabupaten Sleman dapat dikaji dengan tiga model proses komunikasi yakni model transmisi, model ekspresi atau ritual, dan model perhatian (McQuail, 1996). Pada model transmisi berdampak pada bertambahnya pengetahuan masyarakat, model ekspresi menyebabkan kepuasan/kebersamaan dalam kegiatan yang terjadi pada setiap komunitas, serta model perhatian merupakan proses menjadikan potensi desa yang selama ini hanya menjadi perhatian masyarakat se-

kitar, melalui ICT potensi tersebut menjadi milik publik dalam skala yang lebih luas.

Seperti yang telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya bahwa internet ditengarai bermanfaat dalam berbagai hal, namun tidak dapat dipungkiri betapa sulitnya “membawa” internet memasuki wilayah-wilayah pedesaan dengan berbagai keterbatasan yang harus dihadapi. Meski ke-17 kecamatan di Kabupaten Sleman sudah dapat mengakses internet, tampaknya keterbatasan kemampuan dalam mengelola hotspot oleh aparat desa ditengarai menjadi salah satu kendala bagi masyarakat pedesaan untuk memanfaatkan internet sebagai salah satu sumber informasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan staf Dinas Kominfo Sleman diketahui bahwa dari ke-17 kecamatan tersebut hanya sekitar 60% diantaranya yang masih aktif hingga kini. Beberapa permasalahan ditengarai sebagai penyebab sehingga jaringan-jaringan internet yang sudah terpasang tidak dapat difungsikan secara maksimal. Faktor-faktor tersebut diantaranya: 1) skill/kemampuan dalam mengelola, 2) kendala dana, 3) maintenance.

Kendala seperti yang terjadi di Kabupaten Sleman ternyata tidak hanya harus dihadapi oleh masyarakat pedesaan di negara-negara dunia ketiga saja. Di negara sebesar Amerika Serikatpun kendala tersebut masih juga ditemukan, setidaknya hal tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Strover di daerah-daerah pedesaan di empat negara bagian di Amerika Serikat. Strover menemukan bahwa infrastruktur telekomunikasi di wilayah-wilayah terpencil untuk koneksi yang reliabel dan cepat masih kurang, selain komersil dan politis sebagai alasan dalam mengakses internet (Strover, 2001). Komposisi jaringan pribadi di daerah pedesaan di Amerika Serikat ditengarai juga dapat menghambat tingkat adopsi internet pada masyarakat luas (Boase, 2010).

Selain keterbatasan infrastruktur, tampaknya kurang tepatnya komunikasi pada tahap awal juga dapat menimbulkan kecurigaan

diantara petani dan turut berkontribusi munculnya kesalahpahaman serta perilaku negatif selama implementasi proyek (Mefalopulos, 2008). Menindaklanjuti pendapat Mefalopulos, MacBride (1980) melihat peran komunikasi tidak terbatas hanya sebagai media dan diseminasi, tetapi sampai pada bagaimana melibatkan masyarakat dalam mendiagnosa kebutuhan, mendesign dan mengimplementasikan aktivitas-aktivitas tertentu. Indikator lain disampaikan oleh Salemink, et.al., (2015) yang melihat rata-rata tingkat pendidikan dan ketrampilan yang rendah di daerah-daerah pedesaan memberikan dampak negatif pada adopsi dan penggunaan internet, selain kebijakan yang diambil berkaitan dengan hal tersebut juga mengabaikan kebutuhan lokal. Berbeda dengan Salemink, et.al, La Rose, et.al. (2007) justru berpendapat bahwa pendidikan atau etnis tidak berkorelasi terhadap intensi untuk menggunakan internet, namun justru pengalaman sebelumnya dengan internet, hasil yang diharapkan dan kemandirian merupakan indikator yang berpengaruh secara langsung.

Meskipun ditemukan berbagai kendala pemanfaatan internet bagi masyarakat pedesaan seperti tersebut di atas namun tidak tertutup kemungkinan munculnya serangkaian alternatif yang dapat menjadi solusi atas keterbatasan tersebut. Untuk mengatasi kendala tersebut, setidaknya James (2010) menyebutkan 2 (dua) kemungkinan yang bisa dilakukan, yakni melibatkan seseorang yang menjadi mediasi jarak jauh dan yang lainnya berlangsung dari arak yang dekat. Sejalan dengan pendapat James, Jinqiu, et.al. (2006) yang melakukan penelitian di pedesaan China yakni di Propinsi Gancu menemukan bahwa penyebaran dan penggunaan internet dalam konteks pedesaan di negara tersebut sangat ditentukan oleh agen perubah serta inisiatif organisasi-organisasi yang ada. Petani sebagai individu yang tergolong pada strata sosial terendah ternyata tidak memainkan peranan yang penting dalam proses adopsi internet. Kedua pendapat tadi menun-

jukkan pentingnya kehadiran *change agent* dalam proses adopsi. Kenyataan bahwa petani tidak berperan secara signifikan salah satunya disebabkan oleh kekhawatiran akan resiko yang mungkin harus dihadapi apabila program tersebut tidak berhasil mengingat proses adopsi berkaitan erat dengan kemampuan dalam menghadapi resiko. Berdasarkan hasil wawancara mendalam di pedesaan-pedesaan di Eropa ditemukan bahwa inovasi umumnya pada produksi makanan, dan juga pada sektor lingkungan serta energi (Esparcia, 2014).

Diantara tantangan dan harapan

Terlepas dari keterbatasan dalam mengaksesnya serta pro kontra manfaat internet bagi pembangunan pedesaan, bagaimanapun ICT sebagai salah satu bentuk komunikasi massa diharapkan dapat memainkan peran yang signifikan dalam pembangunan pedesaan yang pada akhirnya berujung pada peningkatan taraf hidup. Mengenai hal tersebut Kamalipour (2002) berpendapat bahwa ICT memiliki tanggungjawab vital khususnya di negara-negara dunia ketiga untuk menyampaikan isu-isu yang berkaitan dengan kemiskinan, kesehatan, literasi, pendidikan, metode pertanian yang efisien, dan lain-lain. Keberadaan ICTs dalam pembangunan pedesaan tidak dapat berdiri sendiri. Manfaat ICTs pada pembangunan pedesaan dapat diraih dengan mempersiapkan faktor pendukung lainnya seperti ketersediaan ICTs itu sendiri, listrik, literasi, dan lain-lain (Alemna & Sam, 2006). Murdoch (2000) menambahkan bahwa strategi pembangunan pedesaan seyogyanya dapat mengakomodir kedua domain yang sama pentingnya, yakni jaringan vertikal yang menghubungkan pedesaan dengan sektor pertanian pangan dan jaringan horisontal yang berperan dalam mendistribusikan sesuatu yang bersifat lebih umum dalam perubahan ekonomi dan proses diluar sektor agraris.

Meskipun pendapat di atas menyimpulkan adanya dampak positif dari internet pada pembangunan pedesaan, namun pendapat yang berbeda disampaikan oleh Guo & Chen (2011) yang menyatakan bahwa di pedesaan China adopsi ICTs ternyata tidak dapat menembus kendala struktur sosial yang ada pada masyarakat setempat, karena keberadaan ICTs ternyata tidak mengakselerasi perbedaan diantara petani. Ketidakkampuan dalam mengakselerasi perbedaan diantara petani menjadikan tidak adanya perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Grimes (1992) juga menyatakan bahwa internet memang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan pembangunan, namun perlunya mempertimbangkan adaptasi yang tepat dari teknologi tersebut karena dikhawatirkan justru akan memicu desentralisasi atau sentralisasi yang lebih besar. Selain berpotensi memicu desentralisasi dan sentralisasi, kehadiran telekomunikasi dalam suatu masyarakat yang secara sosial ekonomi nonegaliter dan tidak diikuti oleh transformasi budaya justru hanya akan menyodorkan fenomena kesenjangan sosial ekonomi yang makin melebar dan munculnya *cultural shock* (Wahyono, 2011). Hasil penelitian di Kabupaten Sleman juga menunjukkan bahwa kehadiran internet di pedesaan menjadikan para pemuda berkumpul di balai desa setiap sore untuk sekedar kongkow-kongkow sambil mengakses internet, mengingat di balai desa mereka dapat mengaksesnya secara gratis. Kuatnya pengaruh teknologi, ekonomi global, dan perubahan demografis telah membentuk kembali cara orang hidup di seluruh dunia sehingga muncul kekhawatiran atas kemampuan orang untuk meminimalisir dampak negatif yang terkait dengan transformasi sosial dan ekonomi yang cepat (Blackwel & Colmenar, 1999). Ball-Rokeach & DeFleur (1976) menambahkan bahwa media massa memiliki dampak yang lebih besar ketika orang semakin menggantungkan imajinasi atas kenyataan yang terjadi pada media massa.

Beberapa pendapat di atas menunjukkan dampak ICTs pada masyarakat dari berbagai aspek, baik positif maupun negatif. Parkinson &

Ramirez (2006) dan Malecki (2003) menyanggah pendapat-pendapat sebelumnya dengan menyatakan betapa sulitnya menilai peranan ICTs dalam pembangunan karena ICT tidak dapat memberikan pengaruh secara langsung dan solusi yang cepat, selain sifatnya yang multifase. Pendapat Parkison dan Ramirez serta Malecki menyiratkan bahwa hasil yang diperoleh dari peningkatan akses terhadap ICT ternyata tidak dapat menjadi solusi yang cepat bagi pembangunan pedesaan karena hasilnya tidak dapat diketahui dalam waktu dekat, tetapi membutuhkan proses yang lebih lama. Selain itu, bisa jadi diperlukan adanya variabel lain sehingga ICT dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan. Menambahkan pendapat sebelumnya, Prastyanti (2012) menyatakan bahwa ketika ternyata produk global dirasa tidak mampu menjawab semua persoalan khususnya yang berkaitan dengan pembangunan masyarakat, maka tampaknya kearifan lokal dapat menjadi satu solusi yang bisa dipertimbangkan. Menegaskan pendapat Prastyanti, Levitt (2003) menambahkan bahwa kearifan lokal merupakan proses dan produk revitalisasi serta transformasi pengetahuan dan budaya, juga praktek-praktek adat. Tidak hanya itu kearifan lokal memungkinkan orang untuk menjadi lebih strategis dalam bernegosiasi ketika menghadapi arus globalisasi yang berupaya menyeragamkan umat manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Hongladarom (2000) memberikan solusi tentang negosiasi kedua nilai yakni nilai-nilai global dan lokal yang dinamis sehingga kedua nilai tersebut. Berbagai strategi untuk mempertahankan identitas dapat dilakukan dengan menyerap nilai-nilai lokal oleh global dan mewarnai nilai-nilai lokal dengan nilai-nilai global yang positif.

Kesimpulan

Internet sebagai media baru yang lahir sejalan dengan era globalisasi membukakan satu ruang baru bagi masyarakat pedesaan untuk

bisa melihat dunia luar. Informasi yang terjadi di belahan dunia lain dapat diketahui dalam sekejap seiring dengan dampak yang mengikutinya. Nilai-nilai global yang merupakan produk era globalisasi seolah-olah menjadi trend di seluruh dunia. Hal yang bersifat lokal menjadi “kurang menarik” untuk diikuti sehingga nilai-nilai global dikhawatirkan lambat laun dapat mengikis nilai-nilai lokal.

Selain fungsinya sebagai media “pemersatu budaya-budaya dunia”, internet dipandang memiliki kewajiban dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan pesan-pesan pembangunan. Meski menuai pro kontra, internet sebagai satu media baru diharapkan mampu mengakselerasi pembangunan pedesaan khususnya di negara-negara dunia ketiga, terlepas dari dampak yang ditimbulkannya. Salah satu upaya memposisikan peranan internet dalam pembangunan pedesaan dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Sleman yang bekerjasama dengan Telkom serta komunitas-komunitas yang ada pada masyarakat seperti PKK, karang taruna, sekolah, KIM, dan sebagainya. Internet masuk desa di satu sisi bermanfaat dalam penambahan aspek kognitif. Di sisi yang lain, keterlibatan berbagai komunitas tersebut dapat menjadi media tukar informasi sekaligus membangun kebersamaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan. Kebersamaan ini dapat menjadi dasar bagi berkembangnya solidaritas diantara mereka dan membangun kembali nilai-nilai kelokalan yang sudah ada secara turun temurun. Selain penambahan pengetahuan dan membangun solidaritas, internet masuk desa juga membuka peluang bagi masyarakat di Kabupaten Sleman untuk mempromosikan potensi desa yang dimilikinya sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Publikasi ini diharapkan dapat mendatangkan peningkatan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat mengurangi angka kemiskinan.

Daftar Pustaka

Alam, K. R. (2006). Ganokendra: An Innovative Model For Poverty Alleviation In Bangladesh. *Review of Education* 52(3-4): 343–352 DOI 10.1007/s11159-006-0003-z.

Alemna, A. A and Joel, S. (2006), Critical Issues in Information and Communication Technologies for Rural Development in Ghana. *Journal Information Development* 22 (4), 236-241. <https://doi.org/10.1177/0266666906074181>.

Anokwa, K., Lin, C. A., Salwen, M. B. (2003). *Concepts and Cases International Communication*. California: Wadsworth.

Arnett, J. J. (2002). The Psychology of Globalization. *American Psychologis* 57 (10): 774-783.

Bell, M. M., Lloyd, S. E., Vatovec, C. (2010). in Elisabeth R; Anderson, BA; Skerrat, S and Farrington, J (2017). A review of the rural-digital policy agenda from a community resilience perspective. *Journal of Rural Studies* 54 (August), 372-385 <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.03.001>.

Boase, J. (2010). The Consequences of Personal Networks for Internet Use in Rural Areas. *American Behavioral Scientist* 53 (9), 1257-1267 <https://doi.org/10.1177/0002764210361681>.

Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja.

Cecchini, S and Christopher, S. (2003). Can information and communications technology applications contribute to poverty reduction?. Lessons from rural India. *Information Technology for Development* 10 (2), 73-84 <https://doi.org/10.1002/itdj.1590100203>.

Cohen, D and Prusak, L. (2001). *In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*. Harvard: Harvard Business School Press.

Esparcia, J. (2014). Innovation and networks in rural areas. An analysis from European innovative projects. *Journal of Rural Studies* 34 (April), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.12.004>.

Fukuyama, F. (2002), *The Great Disruption, Hakekat Manusia dan Rekonstitusi*. Yogyakarta: Penerbit Qalam.

Galperin, H. (2005). Wireless Networks and Rural Development: Opportunities for Latin America. *Information Technologies and International Development* 2 (3), 47-56.

Goel, J.P and Goswami, H. (2010). *An Introduction to Economics*. Assam: Tushar Publishing House.

Guo, Y. and Chen,P. (2011). Digital Divide and Social Cleavage: Case Studies of ICT Usage among Peasants in Contemporary China. *The China Quarterly* 20 (7), 580-589.

Grimes, S. (1992). Exploiting information and communication technologies for rural development. *Journal of Rural Studies* 8 (3), 269-278. [https://doi.org/10.1016/0743-0167\(92\)90004-P](https://doi.org/10.1016/0743-0167(92)90004-P).

Grimes, S. (2000). Rural areas in the information society: diminishing distance or increasing learning capacity?. *Journal of Rural Studies* 16 (1), 13-21.

Gubrium, J. F, and Holstein, J. (2000). "Analyzing Interpretative Practice", in Bakti, F.A (2004), *Communication And Family Planning in Islam in Indonesia: South Sulawesi Muslim Perceptions of a Global Development Program*. INIS.

Haloi, R. (2015). Media and Rural Development. *International Journal of Humanities & Social Science Studies (IJHSSS)* 2 (1);, 239-246.

Hongladarom. (2000). in Levitt and Anderson, K.M (2003), *Local Menaing, Global Schooling*. New York: Palgrave MacMillan.

Itzhaky, H and York, A. S. (2002). Showing results in community organization. *Social Work* 47 (2);, 125-131.

James, J. (2010). Mechanisms of access to the Internet in rural areas of developing countries. *Telematics and Informatics* 27 (4), 370-376. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2010.02.002>.

Jiniqu, Z., Xiaoming, H., Banerjee, I. (2006). The Diffusion of the Internet and Rural Development. *Convergence: The International Journal of Research* 12 (3), 293-305. <https://doi.org/10.1177/1354856506067202>.

Kamalipour, Y. R. (2002). *Global Communication*. California: Wadsworth Group.

Knickel, K., Brunori, G., Rand, S., Proost, J. (2009). Towards a Better Conceptual Framework for Innovation Processes in Agriculture and Rural Development: From Linear Models to Systemic Approaches. *The Journal of Agricultural Education and Extension .Competence for Rural Innovation and Transformation* 15 (2). 131-146. <https://doi.org/10.1080/13892240902909064>.

Kwiatkowski, L. (2005). **NGOs, Power and Contradiction in Ifugao, the Philippines**, *Urban Anthropology & Studies of Cultural Systems. World Economic Development* 34 (4), 385-436.

Leeuis, Cees & Van den Ban, A. (2004). *Communication for Rural Innovation. Rethinking Agricultural Extension*. Third Edition. Oxford: Blackwell Science Lt: Oxford.

Levitt, and Anderson, K. M. (2003). *“Local Menaing, Global Schooling”*. New york: Palgrave MacMillan.

MacBride (1980)_____ in Mefalopulos, P. (2008). *Development Communication Sourcebook. Broadening the Boundaries of Communication*. Washington DC: The World Bank.

Malecki, J.E. (2003). Digital development in rural areas: potentials and pitfalls. *Journal of Rural Studies* 19 (2), 201-214.

Maton, K. I. (2008). Empowering community settings: gents of Individuals Development, Community Betterment, and Positive Social

Change. *American Journal of Psychology* 41 (1-2), 4-21. <https://doi.org/10.1007/s10464-007-9148-6>.

Morgan, J. (1998). Bound-Risk: The Mujeres De Yucatan Por la Democracia. *Sex Roles: A Journal of Research* 39 (7-8), 515-537.

Murdoch, J. (2000), Networks - a new paradigm of rural development?. *Journal of Rural Studies*,16 (4), 407-419. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(00\)00022-X](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(00)00022-X).

Mefalopulos, P. (2008). *Development Communication Sourcebook. Broadening the Boundaries of Communication*. Washington DC: The World Bank.

Melkote, S and Steves, H.L. (1991). *Communication For Development in the Third World. Theory and Practice For Empowerment, 2nd edition*. New Delhi: Sage Publications.

Moser, C. O. N. (1996). *Confronting crisis: a summary of household responses to poverty and vulnerability in four poor urban communities*. Washington DC: World Bank.

Napoli, M. (2002). Holistic health care for native women: An integrated model. *American Journal of Public Health* 92 (10),1573-1575.

Ohmer, M. L. (2007). **Citizen Participation in Neighborhood Organizations and Its Relationship to Volunteers' Self- and Collective Efficacy and Sense of Community**, *Social Work Research* 31 (2), 109-120 <https://doi.org/10.1093/swr/31.2.109>.

Parkinson, S and Ricardo, R. (2006). Using a Sustainable Livelihoods Approach to Assessing the Impact of ICTs in Development. The Journal of Community Informatics 2 (3), Special Issue: Telecentres.

Prastyanti, S. (2012). *Kearifan Lokal di Era Global (Local wisdom in Global Era)*. Proceeding. National Seminar - FISIP, UNSOED.

Robert, L. R., Jennifer, L. G., Strover, S; Straubhaar, J., Serena, C. S. (2007), Internet in Rural America, *Telecommunications Policy* 31 (6-7):, 359-373 <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2007.04.004>.

Salemink, K., Strijker, D., Bosworth, G. (2015), Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption, and use in rural areas. *Journal of Rural Studies* 54 (August), 360-371 <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.09.001>.

Servaes, J and Lie, R. (2000). Globalisation: Consumption and Identity. Towards Researching Nodal Points in Servaes, J. (2008). *Communication for Development and Social Change*. New Delhi: Sage Publications Inc.

Singhal, A and Rogers, E. M. (2001). India's Communication Revolution from Bullock Cartsto Cyber Marts in Srampickal and Jacob, S. J. Development and Participatory Communication. *Communication Research Trends*. 25(2), 3-30.

Soetomo. (2006). *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sreberny, A. (2000). *The Global and the Local in International Communications in Mass Media and Society*. Third Edition. London: Arnold.

Stern, M. J. and Adams, A. E. (2010). Do Rural Residents Really Use the Internet to Build Social Capital? An Empirical Investigation. *American Behavioral Scientist* 53 (9), 1389-1422 <https://doi.org/10.1177/0002764210361692>.

Strover, S. (2001). Rural internet connectivity. *Telecommunications Policy* 25 (5), 331-347 [https://doi.org/10.1016/S0308-5961\(01\)00008-8](https://doi.org/10.1016/S0308-5961(01)00008-8).

Subiakto, H. (2013). Internet Untuk Pedesaan dan Pemanfaatannya Bagi Masyarakat. *Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik* 26 (4), 243-256.

Wahyono, S. B. (2011). Optimalisasi Program Desa Informasi Melalui Penguatan Kelembagaan. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM* 13 (12): 1-42.

BAGIAN III

KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Manajemen Komunikasi Strategis: Telaah Program Komunikasi Kesehatan di Indonesia

Agoeng Noegroho

Manajemen komunikasi strategis yang menjadi focus kajian, merupakan penjabaran tentang mata kuliah kepeminatan yang disediakan pada kurikulum Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Jenderal Soedirman. Hal ini menjadi penciri sebuah Prodi Ilmu Komunikasi di tengah kancan prodi-prodi yang lain di Indonesia. Manajemen Komunikasi di Fikom Universitas Padjadjaran, Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan di Universitas Gadjah Mada, Komunikasi Pembangunan di Intitut Pertanian Bogor dan di Universitas Sebelas Maret Surakarta, dan sebagainya.

Istilah manajemen komunikasi sudah lazim kita ketahui sebagai hal ihwal tentang "*how to manage communication*". Mengelola komponen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, saluran, penerima, efek, tujuan. Semuanya terarah pada bagaimana mengelola komponen komunikasi sebagai upaya penting agar sebuah program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat dapat berjalan efektif dan efisien.

Terdapat imbuhan kata strategis pada dua kosa kata manajemen komunikasi pada tulisan ini. Hal ini sekaligus mempertegas lagi bahwa sebuah upaya pengelolaan komunikasi diperlukan upaya yang siste-

matik, serangkaian kegiatan yang terencana, mengkombinasikan berbagai metode, tehnik, dan perangkat yang ada, untuk mencapai sebuah tujuan atau perubahan yang dikehendaki, dengan menggunakan sumber daya yang tersedia, pada rentang waktu tertentu.

Seperti yang dikemukakan oleh Melcote (2006) bahwa kata strategi memiliki makna:

A strategy: a systematic, well-planned series of actions, combining different methods, techniques and tools, to achieve an intended change or objective utilising the available resources within a specific time frame

Strategis juga merupakan kosa kata yang memiliki makna bertalian, berhubungan, berdasar strategi. Kalau dikaitkan dengan tempat usaha, strategis adalah tempat yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi, prioritas, utama, dan penting, Kalau kita kaitkan dengan kata mitra, menjadi kosa kata mitra strategis dapat bermakna mitra yang utama, penting, dan prioritas.

Sekarang kita gabungkan dengan kata komunikasi, maka strategi komunikasi menjadi memiliki makna serangkaian kegiatan yang direncanakan dengan baik, yang ditujukan untuk pencapaian berbagai tujuan, menggunakan berbagai metode, tehnik, dan pendekatan komunikasi. Seperti yang dikemukakan Melcote (2006)

A communication strategy: a well-planned series of actions aimed at achieving certain objectives through the use of communication methods, techniques and approach.

Sederhananya, *a communication strategy: how best to communicate about the (goals) that work*

Definisi strategi komunikasi dari berbagai pakar seperti yang dikemukakan Rogers (1974) bahwa Strategi komunikasi merupakan

suatu rencana atau pola untuk mengubah perilaku manusia melalui transfer/penyampaian ide-ide baru atau inovasi. Kemudian menurut Lionberger dan Gwin (1982) strategi komunikasi sebagai metode yang dipilih untuk melakukan suatu kegiatan. Menurut Mardikanto (2010) strategi komunikasi merupakan perencanaan atau metode komunikasi yg dipilih sbg pedoman dlm operasional dlm rangka merubah perilaku manusia melalui interaksi yg setara antar stakeholder dalam perbaikan mutu hidup, pelestarian lingkungan fisik dan social masyarakat.

Manajemen dapat kita pahami sebagai suatu proses seseorang dalam mengatur segala sesuatu yang dikerjakan individu atau kelompok. Manajemen mengandung unsur perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, tujuan yang ingin dicapai. Pengelolaan dapat dilakukan oleh individu atau kelompok. Intinya mengerjakan sesuatu secara terencana dan dapat dikerjakan dengan baik. Nah, sekarang kita gabungkan kata Manajemen Komunikasi Strategis, akan menjadi definisi atau batasan: “sebuah upaya pengelolaan komunikasi yang sistematis atau serangkaian kegiatan yang terencana, mengkombinasikan berbagai metode, tehnik, dan perangkat yang ada, untuk mencapai sebuah tujuan atau perubahan yang dikehendaki, dengan menggunakan sumber daya yang tersedia, pada rentang waktu tertentu”.

Sekelumit Profil Manajemen Komunikasi Strategis

Hasil rumusan tentang profil lulusan yang diharapkan setelah mengikuti mata kuliah pada kempeminatan manajemen komunikasi strategis Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Jenderal Soedirman adalah sebagai berikut:

1. Manajer Komunikasi Strategis

Sarjana Ilmu Komunikasi yang memiliki kemampuan manajerial program komunikasi dan pemberdayaan masyarakat *yang berba-*

sis kearifan lokal, yang meliputi tahap: perencanaan pesan, pemilihan media, implementasi, evaluasi, dan pelaporan kegiatan.

2. Analis Komunikasi Strategis

Sarjana Ilmu Komunikasi yang memiliki kemampuan melakukan riset dan publikasi dalam bidang komunikasi dan pemberdayaan masyarakat yang berbasis kearifan lokal.

3. Fasilitator Komunikasi Strategis

Sarjana Ilmu Komunikasi yang memiliki kemampuan sebagai fasilitator program komunikasi dan pemberdayaan masyarakat yang berbasis kearifan lokal.

Adapun beberapa mata kuliah yang ditawarkan sebagai kristalisasi dari berbagai bahan kajian mengenai manajemen komunikasi strategis, diantaranya sebagai berikut;

Nama Mata Kuliah	Deskripsi
ANALISIS STAKE HOLDER DAN SINERGITAS	Mata kuliah ini berisi tentang eksistensi dan peran <i>stakeholder</i> atau pemangku kepentingan strategis dalam pembangunan dan pemberdayaan dari berbagai sektor di masyarakat
MANAJEMEN KOMUNIKASI STRATEGIS	Mata kuliah ini berisi tentang konsep dan prinsip manajerial pada tahap perencanaan pesan dan pemilihan media yang efektif, implementasi serta evaluasi pada kegiatan/program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat
PSIKOLOGI SOSIAL	Mata kuliah ini berisi tentang konsep dasar Psikologi terkait emosi terhadap obyek sosial, minat, perhatian, perilaku dalam hubungan antarmanusia dan kelompoknya, sehingga memiliki kecerdasan dan sikap mental dalam menghadapi persoalan di masyarakat

TEORI DAN PRAKTIKUM KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT	Mata kuliah ini berisi tentang bagaimana menyusun draft perencanaan dan laporan kegiatan/program komunikasi pembangunan dan pemberdayaan untuk mencapai tujuan dalam berbagai bidang di masyarakat
ANALISIS KEBIJAKAN KOMUNIKASI	Mata kuliah ini berisi tentang konsep/teori komunikasi, prinsip dan karakteristik paradigma kritis pembangunan dan pemberdayaan masyarakat, dengan output susunan naskah akademik untuk pemangku kepentingan dan publikasi ilmiah
SISTEM SOSIAL MASYARAKAT DESA	Mata kuliah ini berisi tentang sistem nilai, norma dalam kehidupan bermasyarakat sesuai dengan pola dan karakteristik masyarakat suatu kawasan perdesaan
PRAKTIKUM KOMUNIKASI STRATEGIS	Mata kuliah ini berisi tentang konsep/prinsip dan praktik komunikasi yang efektif, dengan menjalankan peran fasilitator pembangunan untuk memotivasi dan melatih kepekaan sosial guna keberhasilan program/kegiatan pemberdayaan di masyarakat
KOMUNIKASI PEMASARAN STRATEGIS	Mata kuliah ini berisi tentang konsep dan prinsip dasar komunikasi pemasaran dalam aktivitas edukasi, motivasi, advokasi dan memfasilitasi partisipasi masyarakat dalam program/kegiatan pemberdayaan di masyarakat

Program Komunikasi Kesehatan di Indonesia

Sebuah perencanaan kesehatan yang dituangkan dalam MDGs (Millennium Development Goals) sampai pada tahun 2022 ini memiliki pekerjaan rumah yang harus dikerjakan, yakni mencakup penurunan angka kematian ibu melahirkan, penurunan angka penyebaran virus HIV/AIDS, akses air bersih dan sanitasi dasar. Bahkan upaya yang berkelanjutan juga dituangkan dalam naskah Sustainable Development Goals (SDGs) yang terus berupaya pada pencapaian taraf hidup sehat yang lebih baik.

Program Prioritas Nasional Kementerian Kesehatan RI 2021 yang bersumber dari situs kementerian Kesehatan Republik Indonesia adalah sebagai berikut;

1. Peningkatan Kesehatan Ibu dan Anak, KB, Kepro.
2. Percepatan perbaikan gizi.
3. Peningkatan pengendalian penyakit.
4. Penguatan system Kesehatan dan POM.
5. Penguatan germas.

Program-program dari berbagai kementerian akhirnya juga harus bersinergi untuk pencapaian SDGs bagi masyarakat Indonesia yang lebih baik.

Program pertama

Kesehatan Keluarga Penerima Manfaat melalui Program Keluarga Harapan (PKH) dari Kementerian Sosial Republik Indonesia.

Program Keluarga Harapan (PKH) adalah program pemberian bantuan tunai bersyarat kepada keluarga prasejahtera yang memenuhi syarat kepesertaan dan ditetapkan oleh Kementerian Sosial. PKH me-

rupakan program yang diarahkan untuk membantu kelompok sangat miskin dalam memenuhi kebutuhan pendidikan dan kesehatan. Secara singkat, sasaran PKH merupakan keluarga yang memenuhi kriteria masuk kategori sangat miskin atau miskin dan memiliki salah satu atau beberapa ART yang bisa dimasukkan dalam komponen kesehatan (ibu hamil, anak usia balita dan apras), komponen pendidikan (anak terdaftar di SD, SMP, SMA dan atau sederajat; serta pondok pesantren) dan komponen kesejahteraan sosial (disabilitas/cacat berat bawaan lahir dan lanjut usia sama dengan atau lebih dari 60 tahun).

Tujuan PKH yaitu Meningkatkan taraf hidup keluarga penerima manfaat melalui akses layanan pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan sosial, Mengurangi beban pengeluaran dan meningkatkan pendapatan keluarga miskin dan rentan, Menciptakan perubahan perilaku dan kemandirian keluarga penerima manfaat dalam mengakses layanan kesehatan dan pendidikan serta kesejahteraan sosial, Mengenalkan manfaat produk dan jasa keuangan formal kepada Keluarga Penerima Manfaat dan Mengurangi kemiskinan dan kesenjangan.



Kegiatan pendampingan program yang dilakukan terhadap masyarakat pra sejahtera, penerima bantuan atau KPM (Keluarga Penerima Manfaat) dimaksudkan guna percepatan pencapaian tujuan.

Pendampingan meliputi fungsi fasilitasi, mediasi dan advokasi dalam mengakses layanan kesehatan. Pendidikan dan kesejahteraan sosial, bahkan terhadap lembaga keuangan. Berikut ketentuan pendampingan program:

1. Pelaksanaan pertemuan kelompok atau P2K2 atau (Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga) setiap bulan,
2. Memastikan bantuan komponen kesehatan, pendidikan dan kesejahteraan sosial tepat sasaran,
3. Melakukan pendampingan terhadap lansia dan penyandang disabilitas berat
4. Melakukan pendampingan pada penyaluran bantuan, edukasi layanan perbankan secara umum.

Dari empat kegiatan di atas, yang menjadi *core* pendampingan PKH adalah pemberian materi P2K2 atau Kegiatan Komunikasi Kesehatan.

P2K2 adalah Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga, merupakan sebuah intervensi perubahan perilaku yang terstruktur. Usaha perubahan perilaku tersebut dilakukan dengan memberikan pengetahuan kepada keluarga penerima bantuan terkait pengasuhan dan pendidikan anak, kesehatan dan gizi, pengelolaan keuangan keluarga, perlindungan anak dan kesejahteraan sosial (pendampingan terhadap lansia dan penyandang disabilitas berat). Berikut tujuan P2K2:

1. Meningkatkan pengetahuan KPM PKH mengenai pengasuhan anak dan mendukung pendidikan anak di sekolah,
2. Meningkatkan pengetahuan praktis KPM PKH tentang pengelolaan keuangan keluarga, KPM PKH belajar bagaimana membedakan antara kebutuhan dan keinginan, membuat target menabung dan menghindari hutang serta meningkatkan penghasilan dengan membuka usaha,

3. Meningkatkan kesadaran KPM PKH dalam hal kesehatan khususnya pentingnya 1000 hari pertama kehidupan yang secara khusus memberi perhatian pada kesehatan ibu hamil dan bayi,
4. Meningkatkan kesadaran KPM PKH terhadap pencegahan kekerasan terhadap anak dan memenuhi hak-hak anak,
5. Meningkatkan kesadaran KPM PKH terhadap hak-hak lansia dan disabilitas,
6. Secara umum meningkatkan kesadaran KPM PKH akan hak dan kewajibannya sebagai anggota masyarakat, khususnya dalam pemanfaatan layanan umum yang disediakan pemerintah untuk memperbaiki kondisi kesehatan dan pendidikan.

Dalam praktiknya, pelaksanaan P2K2 (Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga) menuntut partisipasi aktif dari KPM, tujuannya adalah agar materi yang diberikan lebih mudah dimengerti. Berikut kelengkapan yang dibutuhkan dalam P2K2:

1. Modul dan Buku Pintar P2K2
Modul P2K2 merupakan modul pembelajaran terstruktur untuk meningkatkan keterampilan hidup masyarakat miskin dengan fokus utama di bidang ekonomi, pendidikan anak, kesehatan, dan perlindungan anak. Modul P2K2 disampaikan kepada KPM dengan memperhatikan kebutuhan KPM. Untuk mendukung pembelajaran, masing-masing KPM dilengkapi dengan Buku Pintar.
2. Pendidikan dan Pelatihan P2K2
Diklat P2K2 diberikan kepada SDM PKH sesuai ketentuan dan kebijakan program pada tahun berjalan.
3. Bahan Ajar
Pengadaan bahan ajar berupa buku modul, buku pintar, flipchart, poster dan brosur dan alat lainnya untuk mendukung penyam-

paian P2K2 diselenggarakan oleh Kementerian Sosial atau pihak-pihak lain yang ingin berkontribusi.

4. Waktu Pelaksanaan P2K2

P2K2 dilaksanakan setiap bulan selama masa kepesertaan PKH.

5. Monitoring dan Evaluasi pelaksanaan P2K2

P2K2 diberikan sebagai kewajiban Pendamping PKH terhadap KPM PKH yang menjadi dampungannya dalam pertemuan yang diselenggarakan sebulan sekali. Dalam pelaksanaannya P2K2 menjadi bagian dari ukuran kinerja seorang pendamping dengan supervisi dari koordinator kabupaten/kota, dan koordinator wilayah

Program Kedua

PAMSIMAS (*sumber: situs pamsimas.pu.go.id*)

Program Penyediaan Air Minum dan Sanitasi Berbasis Masyarakat, atau dikenal dengan sebutan **PAMSIMAS**, merupakan *platform* pembangunan air minum dan sanitasi perdesaan yang dilaksanakan dengan pendekatan berbasis masyarakat. Program PAMSIMAS I (2008-2012) dan PAMSIMAS II (2013-2015), telah berhasil menambah akses air minum aman bagi 10,4 juta jiwa dan akses sanitasi layak bagi 10,4 juta jiwa di lebih dari 12.000 desa/kelurahan yang tersebar di 233 kabupaten/kota di 32 provinsi di Indonesia.

Saat ini Program PAMSIMAS memasuki fase ketiga (PAMSIMAS III) yang dilaksanakan pada kurun waktu 2016-2020, dan akan menyangar 15.000 desa sasaran baru serta mengelola keberlanjutan program di hampir lebih dari 27.000 desa peserta PAMSIMAS di seluruh Indonesia.



Pemerintah Indonesia memiliki komitmen untuk melanjutkan keberhasilan capaian target *Millennium Development Goals* sektor *Air Minum dan Sanitasi (WSS-MDGs)*, yang telah berhasil menurunkan separuh dari proporsi penduduk yang belum mempunyai akses air minum dan sanitasi dasar pada Tahun 2015. Sejalan dengan itu, di Tahun 2014, sesuai dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional [RPJMN] 2015-2019, Pemerintah Indonesia telah mengambil inisiatif untuk melanjutkan komitmennya dengan meluncurkan program nasional *Akses Universal Air Minum dan Sanitasi Tahun 2019* dengan capaian target 100% akses air minum dan sanitasi bagi seluruh penduduk Indonesia. Program Penyediaan Air Minum dan Sanitasi Berbasis Masyarakat (Pamsimas) telah menjadi salah satu program andalan nasional (Pemerintah dan Pemerintah Daerah) untuk meningkatkan akses penduduk perdesaan terhadap fasilitas air minum dan sanitasi yang layak dengan pendekatan berbasis masyarakat. Program Pamsimas I yang dimulai pada Tahun 2008 sampai dengan Tahun 2012 dan Pamsimas II dari Tahun 2013 sampai dengan Tahun 2015 telah berhasil meningkatkan jumlah warga miskin perdesaan dan pinggiran kota yang dapat mengakses pelayanan air minum dan sanitasi, serta meningkatkan nilai dan perilaku hidup bersih dan sehat di sekitar 12.000 desa yang tersebar di 233 kabupaten/kota.

Untuk terus meningkatkan akses penduduk perdesaan dan pinggiran kota terhadap fasilitas air minum dan sanitasi dalam rangka pencapaian target *Akses Universal Air Minum dan Sanitasi Tahun 2019*, Program Pamsimas dilanjutkan pada Tahun 2016 sampai dengan Tahun 2019 khusus untuk desa-desa di Kabupaten.

Program Pamsimas III dilaksanakan untuk mendukung dua agenda nasional untuk meningkatkan cakupan penduduk terhadap pelayanan air minum dan sanitasi yang layak dan berkelanjutan, yaitu (1) 100-100, yaitu 100% akses air minum dan 100% akses sanitasi, dan (2) *Sanitasi Total Berbasis Masyarakat*.

Sebagai pelayanan publik yang mendasar, berdasarkan Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pelayanan air minum dan sanitasi telah menjadi urusan wajib Pemerintah Daerah. Untuk mendukung kapasitas Pemerintah Daerah dalam menyediakan layanan air minum dan sanitasi yang memenuhi Standar Pelayanan Minimal (SPM), Program Pamsimas berperan dalam menyediakan dukungan finansial baik untuk investasi fisik dalam bentuk sarana dan prasarana, maupun investasi non-fisik dalam bentuk manajemen, dukungan teknis, dan pengembangan kapasitas.

Program Pamsimas dilaksanakan dengan pendekatan berbasis masyarakat melalui keterlibatan masyarakat (perempuan dan laki-laki, kaya dan miskin, dan lain-lain) dan pendekatan yang tanggap terhadap kebutuhan masyarakat (*demand responsive approach*)¹. Kedua pendekatan tersebut dilakukan melalui proses pemberdayaan masyarakat untuk menumbuhkan prakarsa, inisiatif, dan partisipasi aktif masyarakat dalam memutuskan, merencanakan, menyiapkan, melaksanakan, mengoperasikan dan memelihara sarana yang telah dibangun, serta melanjutkan kegiatan peningkatan derajat kesehatan di masyarakat termasuk di lingkungan sekolah.

Ruang lingkup Program Pamsimas mencakup lima komponen program:

1. Pemberdayaan masyarakat dan pengembangan kelembagaan daerah dan desa;
2. Peningkatan perilaku higienis dan pelayanan sanitasi;
3. Penyediaan sarana air minum dan sanitasi umum;
4. Hibah Insentif; dan,
5. Dukungan teknis dan manajemen pelaksanaan program.

Percepatan pencapaian akses universal air minum dan sanitasi tahun 2019 membutuhkan upaya bersama dari pemerintah pusat sampai dengan pemerintah desa dan masyarakat, termasuk donor dan swasta (CSR). Pamsimas menjadi program air minum dan sanitasi yang dapat digunakan oleh berbagai pemangku kepentingan untuk menjadi program bersama dalam rangka pencapaian akses universal air minum dan sanitasi di perdesaan pada tahun 2019.

Program Ketiga

PSN 3M (*sumber: situs promkes.kemkes.go.id*)

Kasus demam berdarah terjadi karena perilaku hidup masyarakat yang kurang memperhatikan kebersihan lingkungan. **Demam Berdarah Dengue (DBD)** merupakan salah satu penyakit yang perlu diwaspadai karena dapat menyebabkan kematian dan dapat terjadi karena lingkungan yang kurang bersih. Berbagai upaya dilakukan untuk mencegah merebaknya *wabah DBD*. Salah satu caranya adalah dengan melakukan PSN 3M Plus.

1. Menguras, merupakan kegiatan membersihkan/menguras tempat yang sering menjadi penampungan air seperti bak mandi, kendi,

toeren air, drum dan tempat penampungan air lainnya. Dinding bak maupun penampungan air juga harus digosok untuk membersihkan dan membuang telur nyamuk yang menempel erat pada dinding tersebut. Saat musim hujan maupun pancaroba, kegiatan ini harus dilakukan setiap hari untuk memutus siklus hidup nyamuk yang dapat bertahan di tempat kering selama 6 bulan.

2. Menutup, merupakan kegiatan menutup rapat tempat-tempat penampungan air seperti bak mandi maupun drum. Menutup juga dapat diartikan sebagai kegiatan mengubur barang bekas di dalam tanah agar tidak membuat lingkungan semakin kotor dan dapat berpotensi menjadi sarang nyamuk.
3. Memanfaatkan kembali limbah barang bekas yang bernilai ekonomis (daur ulang), kita juga disarankan untuk memanfaatkan kembali atau **mendaur ulang barang-barang bekas** yang berpotensi menjadi tempat perkembangbiakan nyamuk demam berdarah.



Yang dimaksudkan **Plus-nya** adalah bentuk upaya pencegahan tambahan seperti berikut:

- Memelihara ikan pemakan jentik nyamuk
- Menggunakan obat nyamuk

- Memasang kawat kasa pada jendela dan ventilasi
- Gotong Royong membersihkan lingkungan
- Periksa tempat-tempat penampungan air
- Meletakkan pakaian bekas pakai dalam wadah tertutup
- Memberikan larvasida pada penampungan air yang susah dikuras
- Memperbaiki saluran dan talang air yang tidak lancar
- Menanam tanaman pengusir nyamuk

Wabah DBD biasanya akan mulai meningkat saat pertengahan musim hujan, hal ini disebabkan oleh semakin bertambahnya tempat-tempat perkembangbiakan nyamuk karena meningkatnya curah hujan. Tidak heran jika hampir setiap tahunnya, wabah DBD digolongkan dalam kejadian luar biasa (KLB).

Masyarakat diharapkan cukup berperan dalam hal ini. Oleh karena itu, langkah pencegahan yang dapat dilakukan adalah **upaya pencegahan DBD** dengan 3M Plus.

Program keempat

Peningkatan Pengendalian Penyakit (sumber situs p2p.kemkes.go.id)

Program keempat ini akan semakin mengerucut pada bagaimana manajemen komunikasi strategis dapat berperan dalam mengikhtarkan pengendalian berbagai penyakit yang melanda di Indonesia.

Pembangunan Kesehatan merupakan fondasi terwujudnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan berdaya saing untuk menjadikan Indonesia Unggul. Selain itu kata beliau pencegahan dan pengendalian penyakit menjadi bagian integral dalam pelaksanaan pembangunan nasional dan pembangunan daerah.

Selain itu, kebijakan operasional pencegahan dan pengendalian penyakit diarahkan untuk penyelesaian persoalan kematian ibu, kematian bayi dan stunting disamping penyakit menular dan tidak menular dengan pendekatan Promotif dan Preventif disetiap jenjang pelaksanaan pemerintahan.

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 dalam Peningkatan Pengendalian Penyakit dimana perhatian khusus adalah pada penyakit jantung, stroke, hipertensi, diabetes, kanker, tuberkulosis, malaria, HIV/AIDS, emerging diseases, penyakit yang berpotensi menimbulkan kejadian luar biasa, penyakit tropis terabaikan (kusta, filariasis, schistosomiasis), gangguan jiwa, cedera, gangguan penglihatan, dan penyakit gigi dan mulut, mencakup: 1) Pencegahan dan pengendalian faktor risiko penyakit termasuk perluasan cakupan deteksi dini, penguatan surveilans real time, pengendalian vektor dan perluasan layanan berhenti merokok; 2) Penguatan health security terutama peningkatan kapasitas untuk pencegahan, deteksi, dan respon cepat terhadap ancaman penyakit termasuk penguatan alert system kejadian luar biasa dan karantina kesehatan; 3) peningkatan cakupan penemuan kasus dan pengobatan serta penguatan tata laksana penanganan penyakit dan cedera; 4) Pengendalian resistensi antimikroba; 5) Pemberdayaan masyarakat dalam pengendalian penyakit dan penguatan sanitasi total berbasis masyarakat.

Prioritas Nasional adalah pada penyakit seperti Penyakit Menular (HIV, TB, Malaria, Kecacingan, ISPA, Diare, Pneumonia), Kematian Ibu dan Bayi serta Stunting, dan Penyakit Tidak Menular (Hipertensi, Diabetes Militus, Cardio Vasculer, Ginjal, Kanker) lokus di 120 kabupaten/kota dan 260 kabupaten/kota secara holistik dan dilaksanakan secara integratif.

Program kelima

Penanggulan virus Covid 19

Berbagai penelitian mengenai Covid 19 menjadi trading topik pada awal tahun 2020 hingga saat ini pasca Covid 19.

Penyakit virus corona (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Sebagian besar orang yang tertular COVID-19 akan mengalami gejala ringan hingga sedang, dan akan pulih tanpa penanganan khusus. Namun, sebagian orang akan mengalami sakit parah dan memerlukan bantuan medis. Virus dapat menyebar dari mulut atau hidung orang yang terinfeksi melalui partikel cairan kecil ketika orang tersebut batuk, bersin, berbicara, bernyanyi, atau bernapas. Partikel ini dapat berupa droplet yang lebih besar dari saluran pernapasan hingga aerosol yang lebih kecil.

Anda dapat tertular saat menghirup udara yang mengandung virus jika berada di dekat orang yang sudah terinfeksi COVID-19. Anda juga dapat tertular jika menyentuh mata, hidung, atau mulut setelah menyentuh permukaan benda yang terkontaminasi. Virus lebih mudah menyebar di dalam ruangan dan di tempat ramai.



Hasil Penelusuran Google ada 13.700.000 hasil (0,30 detik)

Tema Komunikasi Kesehatan di Era Pandemi Covid 19:

1. Strategi Komunikasi: perencanaan, implementasi, dan evaluasi
2. Pesan komunikasi Kesehatan di media
3. Kualitas komunikasi Kesehatan
4. Komunikasi dan Protokol Kesehatan
5. Nakes dan komunikasi resiko
6. Upaya komunikasi Kesehatan dan covid 19 oleh pusat layanan Kesehatan
7. Social network analysis komunikasi Kesehatan penanganan Covid 19
8. Komunikasi dan covid 19 berbasis teknologi digital
9. Komunikasi informasi dan edukasi dari Covid 19
10. Penerimaan Vaksin dan model komunikasi kesehatan

Penelusuran dengan Connectedpapers.com: dari tahun 2011-2022

1. Komunikasi edukasi: kognisi, afeksi, konasi
2. *New normal policy* = adaptasi kebiasaan baru
3. *Preventif behaviour*
4. Pengelolaan modal sosial
5. Media komunikasi kesehatan

CONNECTED PAPERS

Search for a paper...

Share Follow About Pricing Sponsors Log in

Komunikasi Edukasi untuk Pencegahan Penularan Covid-19 dan ...

Prior works Derivative works

Sponsored by Azure

Search... Expand

Origin paper
Komunikasi Edukasi untuk Pencegahan Penularan Covid-19...
Ail Muldi, Damanhuri Damanhuri, ... 2021

Implementation of new normal policies during the COVID-19...
A. Abas, A. Asma, Wan Zul, I, ... 2021

Preventive Behaviors Related to Covid-19 Among High School...
Fika Muntahaya, Thoriq Fajar... 2021

HUBUNGAN PENGETAHUAN DAN PERILAKU DENGAN TINGKAT...
Syami Yulianti 2021

Komunikasi dalam Pemberdayaan Kelompok Difabel (Studi pada...
Created on Nov 23 2022

2011 2022

Komunikasi Edukasi untuk Pencegahan Penularan Covid-19 dan Peningkatan Derajat Kesehatan Masyarakat di Kabupaten Serang Banten
Ail Muldi, Damanhuri Damanhuri, A. Putri
2021, MENARA RIAU

0 Citations Save

Open in: PDF Word Google Scholar

Location of Sukalaba village located in the hilly area and far away which causing to lack of attention and monitoring by the regional government. The main problem of Sukalabans is disease threat because they are lack of knowledge and awareness in

Penelusuran Harzing's Publish or Purish

Crossref: kata kunci Covid 19 dan Komunikasi Kesehatan terdapat 1000 *paper* yang *publish*.

Beberapa yang muncul:

- Kurniawati, Dewi (2021). Komunikasi Terapeutik Tenaga Kesehatan (NAKES) Terhadap Pasien Covid-19 di Medan dan Pekanbaru. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(2), 179, ISSN 2621-8267, UIN Sumatera Utara Medan, <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i2.10145>
- Kencana, Woro Harkandi (2020). Peran Dan Manfaat Komunikasi Pembangunan Pada Aplikasi Pelacak Covid-19 Sebagai Media Komunikasi Kesehatan. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(1), 83-95, ISSN 2615-6725, Universitas Putera Batam, <https://doi.org/10.33884/commed.v5i1.2495>
- Yasa, I Nyoman Miyarta (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Iklan Layanan Masyarakat tentang Edukasi Melaksanakan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal SASAK: Desain Visual dan Komunikasi*, 3(1), 19-28, ISSN 2685-4120, STMIK Bumigora Mataram, <https://doi.org/10.30812/sasak.v3i1.1146>

- Najih, Aizun (2020). Komunikasi Selama Pandemi Covid-19: Belajar Dari Kegagalan Komunikasi Risiko Kesehatan Yang Efektif. *Jl-SIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 9(2), 111-122, ISSN 2442-6962, Unitri Press, <https://doi.org/10.33366/jisip.v9i2.2225>
- Aldira, Nabila Putri, & Agustin, Sari Monik (2022). Komunikasi Interpersonal Jarak Jauh Ibu Tenaga Kesehatan dan Anak di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 70, ISSN 2407-8220, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, <https://doi.org/10.31315/jik.v20i1.5594>
- Randy, David (2021). Analisis Elemen Budaya Kolektif Pada Iklan Covid-19 Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 6(2), 141, ISSN 2527-9173, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo, <https://doi.org/10.52423/jikuho.v6i2.17149>
- Putera, Vildan Cresanda Hutama (2022). Komunikasi Getok Tular: Revitalisasi Komunikasi dalam penanganan pandemi covid-19 (Komunikasi penanganan pandemi covid-19 dengan pendekatan Cultural Studies Stuart Hall). *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 3(2), 144, ISSN 2721-396X, Universitas Gadjah Mada, <https://doi.org/10.22146/jmki.70442>
- Dan sebagainya...

Penutup

Sebagai penutup tulisan ini, penulis berusaha mendeskripsikan dari awal berdasarkan Batasan atau defini mengenai Manajemen Komunikasi Strategis, yakni “sebuah upaya pengelolaan komunikasi yang sistematis atau serangkaian kegiatan yang terencana, mengkombinasikan berbagai metode, tehnik, dan perangkat yang ada, untuk menca-

pai sebuah tujuan atau perubahan yang dikehendaki, dengan menggunakan sumber daya yang tersedia, pada rentang waktu tertentu”. Sekelumit profil kepeminatan manajemen komunikasi strategis juga tidak luput dari kupasan tulisan ini, agar pembaca akan semakin terpetakan kajian manajemen komunikasi strategis melalui mata kuliah yang diajarkan.

Bagian akhir dari tulisan ini bercerita banyak mengenai upaya Manajemen Komunikasi Strategis berkontribusi pada pembangunan dan pemberdayaan masyarakat dengan tema-tema Kesehatan di Indonesia. Terima kasih penulis ucapkan kepada seluaruh pihak yang berkontribusi pada tulisan ini.

Daftar Pustaka

Melkote, Srinivas R, et all.,(2006). *Communication for Development in the Third World*, New Delhi: Sage Publications

Mardikanto, Totok. 2010. *Komunikasi Pembangunan. Acuan bagi Akademisi, Praktisi, dan Peminat Komunikasi Pembangunan*. Sebelas Maret University Press, Solo.

Nasution, Z. 2002. *Komunikasi Pembangunan, Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: Rajagrafindo Persada

Rogers, E. M. 1992. *Komunikasi dan Pembangunan Perspektif Kritis*. Jakarta: LP3ES.

Rogers, E.M, 1995. *Diffusion of Innovation*. New York: The Free Press.

situs *p2p.kemkes.go.id*

situs *promkes.kemkes.go.id*

situs *pamsimas.pu.go.id*

situs *kemensos.go.id*

Komunikasi Pemberdayaan dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat

Adhi Iman Sulaiman, Masrukin, Dindy Darmawati Putri,
Irene Kartika Eka Wijayanti

Pembangunan desa yang dibutuhkan perlu secara partisipatif dengan memberikan kesempatan pada semua pihak terutama masyarakat untuk merencanakan, menentukan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan pembangunan sesuai dengan permasalahan, potensi dan kebutuhan masyarakat desa. Desa tidak lagi ditinggalkan masyarakatnya untuk mencari nafkah ke perkotaan atau urbanisasi dan ke luar negeri menjadi buruh migran yang tanpa keahlian serta sertifikasi kompetensi. Potensi sumber daya di pedesaan dapat diberdayakan dan dioptimalkan yang dapat menjadi pondasi pembangunan daerah, perkotaan bahkan nasional. Pedesaan dengan potensi sumberdaya manusia yang tangguh, pekerja keras dan semangat tinggi seperti para petani, pekerja dan usaha kecil (wiraswasta), kemudian sumber daya alam dan ekonomi yang menyediakan serta menyokong kebutuhan dari hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan, termasuk sektor pariwisata dengan adanya desa-desa wisata, ekowisata dan agrowisata.

Desa wisata merupakan bagian dari pembangunan pariwisata berkelanjutan dan salah satu rencana pemerintah Republik Indonesia yang diharapkan dapat mempercepat kebangkitan pariwisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Desa wisata secara tidak langsung

dapat mendorong masyarakat lokal untuk menjaga dan melindungi alam dan budaya desa. Setiap tahun, jumlah desa wisata di Indonesia juga berkembang pesat. Pada tahun 2021 terdapat 83.931 desa di Indonesia, 1.838 di antaranya merupakan desa wisata di seluruh nusantara (Ridwan & Aini, 2019; Saputra et al., 2018; Sanjaya, 2018).

Desa wisata berkembang di pedesaan dan masih memiliki ciri khas tersendiri. Ciri khas desa wisata adalah sumber daya alam yang asli, keunikan desa, tradisi dan budaya masyarakat setempat. Perbedaan karakteristik tersebut menjadi identitas desa wisata dengan kegiatan wisata minat atau potensi kekhususan seperti segmen wisata pendidikan atau eduwisata, wisata alam atau ekowisata, wisata religi dan spriritual atau wisata budaya, wisata kuliner wisata bahari atau pesisir serta wisata yang menyuguhkan potensi beserta hasil pertanian atau agrowisata. Sehingga desa wisata perlu memunculkan potensi, ciri khas dan keunikan yang menjadi nilai jual dengan dilaksanakannya komunikasi pembangunan partisipatif oleh pemerintah desa, pemerintah daerah dan para akademisi yang ikut berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata.

Komunikasi pembangunan haruslah dilihat sebagai suatu proses menyeluruh, termasuk pemahaman terhadap khalayak serta kebutuhannya, perencanaan komunikasi dan strategi yang terpilih, pembuatan pesan, penyebaran informasi, diskusi tatap muka, serta umpan balik. Komunikasi yang bersifat partisipatif merupakan elemen dasar dalam model pemberdayaan yaitu orang-orang yang menjadi sasaran kebijakan perlu dilibatkan dalam memaknai, merancang, dan melaksanakan proses pembangunan (Lubis, 2007; Melkote & Steeves 2001; Servaes, 2008).

Desa wisata memiliki dua komponen utama yakni akomodasi adalah bagian dari tempat tinggal penduduk setempat atau suatu kesatuan yang dikembangkan sesuai dengan tempat tinggal penduduk

tersebut. Kemudian aspek atraksi adalah kehidupan sehari-hari penduduk setempat, ditambah dengan latar belakang fisik lokasi desa, dapat memungkinkan wisatawan untuk berpartisipasi aktif dalam hal-hal tertentu seperti kursus tari dan kursus bahasa.

Desa wisata merupakan daerah tujuan wisata yang mengintegrasikan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas wisata, dan aksesibilitas yang dihadirkan sebagai perpaduan antara tata cara yang berlaku dan struktur kehidupan masyarakat tradisional. Desa wisata dicirikan oleh struktur dan desain arsitektur desa yang unik, serta aktivitas yang unik dan menarik, serta memiliki kemampuan untuk berkembang menjadi berbagai komponen pariwisata (Darmawati et al., 2020; Trisnawati et al., 2018; Tyas & Damayanti, 2018).

Provinsi Jawa Tengah di Indonesia telah mencanangkan “Peraturan Pemberdayaan Desa Wisata” untuk memajukan kesejahteraan masyarakat, pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mengoptimalkan potensi ekonomi dan ciri khas daerah, serta memajukan dan melindungi budaya, agama, adat istiadat, dan perlindungan alam. Gubernur Provinsi Jawa Tengah menetapkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 tentang pemberdayaan desa wisata di Provinsi Jawa Tengah tahun 2019 di Semarang pada 11 Februari 2019.

Pada kajian ini penulis memfokuskan pada dua lokasi wisata potensial di Provinsi Jawa Tengah seperti di daerah utara ada Kawasan Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) di Kalibakung Kecamatan Balapulang merupakan program unggulan pemerintah Kabupaten Tegal Provinsi Jawa Tengah. Kemudian di sebelah selatan ada Pantai Sodong di Desa Karangbenda Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap. Kedua kawasan wisata tersebut memiliki karakteristik yang berbeda yakni WKJ Kalibakung berada di daerah ketinggian kurang lebih 650m di atas permukaan laut dengan potensi wisata klinik kesehatan, budidaya dan produk herbal yang menyehatkan. Jika dari jalur utara menuju kawasan

wisata Guci di pegunungan Gunung Slamet, Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) Kalibakung Tegal akan terlewat, begitupun sebaliknya. Sedangkan Pantai Sodong memiliki potensi alam pesisir selain banyak destinasi goa di bukit atau gunung Selok juga pohon cemara yang sejuk dan merupakan satu jalur di pantai selatan Cilacap dengan lokasi wisata pantai yang sudah terkenal yaitu Pantai Widarapayung sampai pantai ayah dan pantai jetis di perbatasan Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah.

Dampak akibat Pandemi Covid-19 ke semua sektor kehidupan bukan hanya pada bidang kesehatan masyarakat tetapi juga ke sektor usaha ekonomi, jasa, transportasi, dan perdagangan termasuk pariwisata. Penurunan omset dan produktifitas usaha, pemasukan yang menurun, juga defisit anggaran atau mengalami kerugian. Hal ini dikarenakan masyarakat dan dunia usaha tidak bisa bebas untuk beraktifitas atau mobilisasi karena harus ada karantina wilayah, meningkatkan jumlah yang terjangkit Covid-19 dari tahun 2020-2021. Menurut sumber informasi dari Kementerian Kesehatan RI data kasus Covid-19 di Indonesia sampai bulan November tahun 2022 yaitu sebanyak 6.653.469 yang kasus terkonfirmasi, 6.435.851 kasus yang berhasil sembuh, dan 159.735 kasus meninggal. Maka mengakibatkan semua orang harus membatasi diri dengan istilah *social distancing* dan *physical distancing* serta karantina mandiri, bahkan sampai karantina wilayah dalam keputusan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) melalui Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020 yang merupakan aturan turunan dari Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) sebagai penjabaran dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan.

Sehingga penting dan strategisnya pengembangan desa wisata sebagai sektor unggulan untuk meningkatkan perekonomian dan ke-

sejahteraan masyarakat. Desa wisata dapat dikembangkan dengan potensi kearifan lokal yang menjadi ciri khas, ketahanan pangan dan pelestarian lingkungan yang berkelanjutan hal tersebut sebagai bentuk konsep *Community-Based Tourism* (CBT) dengan aspek wisata budaya (*cultural tourism*), penjelajahan (*adventure travel*), dan ekowisata (*ecotourism*). (Ainun, et al., 2015; Arifin, 2017; Blackstock, 2005; Rasi et al., 2017).

Perkembangan Wisata Kesehatan Jamu (WKJ)

Lokasi penelitian pertama di Kawasan Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) merupakan program unggulan pemerintah Kabupaten Tegal Provinsi Jawa Tengah di Indonesia yang didirikan pada tahun 2013 dengan diterbitkan Perda Nomor 1 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) dan Retribusi Pelayanan Kesehatan Tradisional Komplementer di Kalibakung Kabupaten Tegal dari hasil pembinaan dan pendampingan Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Tanaman Obat dan Obat Tradisional (B2P2TOOT) Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Provinsi Jawa Tengah sebagai lembaga di bawah Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. Tujuan pendirian Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) di Desa Kalibakung, Kecamatan Balapulang Kabupaten Tegal yaitu untuk melestarikan dan mengembangkan budidaya tanaman dan produk herbal dalam mewujudkan ketahanan kesehatan masyarakat sebagai kearifan lokal. Sehingga masyarakat dapat menjaga, memelihara, dan mandiri dalam kesehatan seperti vitalitas atau kebugaran, imunitas dan pengobatan.

Pendirian kawasan WKJ dari idealisme untuk melestarikan dan mengembangkan jamu sebagai obat tradisional dan kearifan lokal di Indonesia yang sudah turun temurun dipergunakan sejak jaman dahulu dan sudah terbukti khasiatnya, dan tidak kalah dengan obat herbal

impur yang selama ini membanjiri pasar Indonesia karena era perdagangan bebas. Potensi alam Indonesia pun amat besar dengan keanekaragaman etnobotani (tanaman obat) yang dimiliki. Jamu sendiri adalah sebutan untuk obat tradisional dari Indonesia yang belakangan populer dengan sebutan herbal. Melalui pengelolaan dan langkah yang tepat, jamu yang dapat dikembangkan nilai kekayaannya mampu mendorong pengembangan ekonomi rakyat yang mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Sudah tentu ada keuntungan dari pemanfaatan jamu untuk kesehatan, meski ada berbagai upaya dengan begitu banyak penelitian tentang bahan jamu atau tumbuhan yang berefek mencegah atau menyembuhkan penyakit, dan berjalannya beberapa sentra penelitian yang meneliti bahan jamu atau tanaman berkhasiat bagi kesehatan, tampaknya masih perlu didorong ke arah terwujudnya jamu yang dapat digunakan masyarakat secara luas untuk kesehatan.

Potensi yang dimiliki tersebut menjadikan Pemerintah Kabupaten Tegal ingin mewujudkan konsep pelayanan kesehatan jamu yang terintegrasi dengan program pariwisata, kesehatan, dan pendidikan melalui sebuah program yang diberi nama “Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) di Kalibakung Kabupaten Tegal” dengan ketinggian kurang lebih 650 m di atas permukaan laut dengan luas lahan sebanyak 3,2 hektar, khusus untuk budidaya tanaman herbal seluas 1,2 hektar. Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) memiliki moto yakni ramah, informatif, edukatif dan produktif. Visi menciptakan masyarakat yang sehat, mandiri, dan sejahtera dengan jamu, kemudian misinya (1) Mengenalkan dan mengajak masyarakat dalam penanaman tanaman obat keluarga. (2) Menyediakan pelayanan kesehatan tradisional dan komplementer yang dapat dijangkau masyarakat. (3) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kemitraan melalui sektor produksi, edukasi dan wisata. (4) Menerapkan hasil litbang tanaman obat dan obat tradisional.

Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) di desa Kalibakung dirancang bukan hanya sebagai lokasi wisata pendidikan herbal tetapi juga sebagai klinik kesehatan yang menerima jasa pelayanan seperti konsultasi, pemeriksaan dan pengobatan secara medis, namun obat yang diberikan berupa simplisia ramuan herbal. Terdapat fasilitas ruang untuk pelayanan, pemeriksaan dan pengobatan kesehatan, apotek herbal, ruang akupuntur, ruang pertemuan, laboratorium pengolahan pasca-panen dan lahan kebun untuk etalase berbagai tanaman herbal sebagai sample untuk dipamerkan kepada para pengunjung wisata, kemudian lahan untuk budidaya tanaman herbal seluas 1,2 Ha. Sehingga namanya menjadi klinik dan Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) yang berada dalam stuktur kewenangan dinas pariwisata dan dinas kesehatan, dengan fasilitas yang tersedia kolam renang yang memiliki nilai sejarah sebagai kolam renang pertama di Kabupaten Tegal serta tempat latihan para tentara angkatan laut yang berdekatan dengan monumen perjuangan dan makam tentara angkatan laut. Namun WKJ pada tahun 2014 hanya dibawah dinas kesehatan.

Upaya untuk meningkatkan ketahanan pangan dan gizi keluarga dapat dilakukan melalui pemanfaatan sumberdaya ekonomi yang tersedia maupun yang dapat disediakan di lingkungannya. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pemanfaatan lahan pekarangan yang dikelola oleh rumah tangga untuk menanam komoditi Tanaman Obat Keluarga (Toga) yang dapat dimanfaatkan untuk pemenuhan kebutuhan harian masyarakat yang bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat terutama kaum ibu rumah tangga yang dapat membantu menambah pendapatan rumah tangga dan mewujudkan kemandirian pangan (Abdurrahman et al., 2021; Boonyabanca et al., 2019; Das & Sengupta, 2016; Puspitasari et al., 2022; Rusdidjati et al., 2021; Tacoli, 2019).

Kearifan lokal merupakan modal sosial budaya yang terbentuk dan berkembang di masyarakat sebagai pedoman, tata laku norma dan

aturan yang dilestarikan untuk dipercayai, ditaati, dikenal, dan diakui yang mampu memperkuat kohesifitas masyarakat. Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka.

Kearifan lokal (*local wisdom*) sebagai kebijakan setempat atau pengetahuan setempat (*local knowledge*), dan kecerdasan setempat (*local genius*). Kearifan lokal merupakan refleksi kebiasaan kehidupan masyarakat yang sudah lama berlangsung menjadi adat istiadat atau tradisi. Kearifan lokal membutuhkan proses waktu yang tidak sebentar untuk terus diwariskan dan dilestarikan secara turun temurun di masyarakat. Kearifan lokal eksis diberbagai aspek kehidupan sehingga diharapkan dapat mengantisipasi pengaruh negatif yang mendegradasi norma dan adat istiadat yang sudah ada (Khan & Shaheen, 2021; Maulidzy & Dwijayanti, 2016; Pesurnay, 2018).

Klinik dan Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) di Kalibakung Kabupaten Tegal membutuhkan lima belas jenis simplisia herbal yang paling diprioritaskan dengan rata-rata dalam setahun seperti temulawak (jenis rimpang) sebanyak 230,15 kg, kunyit (jenis rimpang) 217,37 Kg, meniran (jenis herba) 122,89 Kg, Pegagan (jenis herba) 109 Kg, sembung (jenis daun) 101,97 Kg, kumis kucing (Jenis daun) 90,65 Kg, *acalphi indica* (jenis herba) 80,87 Kg, *sambilo* (jenis herba) 74,34 Kg, salam (jenis daun) 61,01 Kg, seledri (jenis herba) 58,68 Kg, temu mangga (jenis rimpang) 55,52 Kg, tempuyung (jenis daun) 53,65 Kg, alang-alang (jenis akar) 53,5 Kg dan kayu manis (jenis kulit kayu) 49,83 Kg. Hal tersebut sesuai dengan beberapa jenis tanaman obat keluarga yang sudah dikenal diantaranya seperti Jahe, Kencur, Lempuyang, Lengkuas, Temulawak, Alang-alang, Blimbing Wuluh, Jeruk Mipis, Mengkudu dan Kapulaga, Jambu Biji, Sirih, Kumis Lucing, dan

Daun Kelor (Adhikari, 2000; Bruno & Ellis, 2005; Chang et al., 2007). Pemerintah menetapkan surat edaran Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.02.02/IV.2243/2020 tentang Pemanfaatan Obat Tradisional untuk Pemeliharaan Kesehatan, Pencegahan Penyakit, dan Perawatan Kesehatan. Hal tersebut sebagai bentuk dukungan dalam pelestarian jamu sebagai minuman herbal yang alami (organik) dan menyehatkan serta warisan yang perlu dilestarikan.

WKJ Kalibakung masih menghadapi tantangan pengembangan terutama tentang kolam renang yang awalnya tersedia menjadi bagian fasilitas wisata, pada tahun 2017 sudah tidak aktif sehingga pengunjung wisata tidak dapat mempergunakan lagi. Pengunjung wisatawan dapat mengunjungi kebun etalase area pertama seluas 960m² dan area kedua 936m² berupa contoh-contoh tanaman herbal yang dapat dikunjungi wisatawan sebagai wisata pendidikan herbal. Sekaligus terdapat klinik untuk kegiatan pelayanan kesehatan herbal untuk masyarakat atau pasien yang berobat dengan rata-rata pengunjung perbulan menurut sumber data WKJ tahun 2021 rata-rata sebanyak 299 pasien atau 11 orang perhari. Terdapat pula wisatawan yang datang dari rombongan kelompok pelajar mulai dari sekolah dasar sampai sekolah menengah atas. Perlu pengembangan kawasan Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) yang dapat dikelola secara bersama atau berkolaborasi dan bersinergi antara dinas kesehatan dengan dinas pariwisata pemerintah daerah Kabupaten Tegal dengan masyarakat atau pemerintah Desa Kalibakung serta pihak akademisi atau lembaga pendidikan.

Bahan hebal untuk pelayanan pengobatan pasien hanya dapat dipenuhi oleh Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) di Kalibakung sebanyak 35% saja selebihnya 65% di pasok dari Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Tanaman Obat dan Obat Tradisional (B2P2TOOT) di Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan Pasar Gede Kota Solo di Provinsi Jawa Tengah. WKJ Kalibakung yang memiliki lahan untuk bu-

didaya tanaman herbal totalnya seluas 2,5 hektar, yang baru dimanfaatkan seluas 1,2 hektar dapat lebih dimaksimalkan. Termasuk pemerintah Desa Kalibakung bersedia untuk menyediakan lahan seluas 4 hektar untuk budidaya tanaman herbal yang dikelola oleh masyarakatnya khusus Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu) dan Kelompok Wanita Tani (KWT) yang sudah diberikan pemberdayaan berupa penyuluhan dan pelatihan oleh tim Penelitian Dasar Kompetitif Nasional (PDKN) Unsoed tahun 2022 dengan menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) untuk mengkaji dan mengimplementasikan komunikasi pemberdayaan atau komunikasi partisipatif.

Komunikasi pemberdayaan merupakan forum dialog yang bersifat humanistik dan egaliter atau sejajar dan tidak diskriminatif antara outsider dengan insider. Adapun outsider seperti penyuluh, fasilitator, pendamping, aktivis atau penggiat sosial ekonomi dan pihak swasta, sedangkan insider yaitu komunitas dan kelembagaan sosial ekonomi dan budaya di masyarakat serta pemerintah lokal atau desa untuk merumuskan, menyepakati dan melaksanakan program yang dibutuhkan masyarakat berdasarkan permasalahan dan potensi sumber daya manusia, alam atau lingkungan, sosial ekonomi dan budaya yang dimiliki masyarakat untuk dikembangkan. Hal ini relevan dengan model teori komunikasi konvergen dari Rogers dan Kincaid bahwa komunikasi saling berbagi informasi dan makna satu sama lain untuk mencapai saling pengertian dan kesefahaman bersama (*mutual understanding*) (Sulaiman, 2020; Tutfe & Mefalopulos, 2009)

Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang sudah dilakukan diantaranya (1) Penyuluhan kemanfaatan Toga sebagai ketahanan pangan dan kesehatan mandiri bagi masyarakat selain untuk menjaga kesehatan dan pengobatan alternative, juga dapat memenuhi kebutuhan keluarga dan kelompok, serta dapat dijadikan tambahan penghasilan

bahkan membuka wirausaha. (2) Penyuluhan dengan materi motivasi dan inspirasi kisah sukses menjadi wirausaha herbal dengan budidaya Toga dan pengolahan herbal dalam bentuk jamu serbuk, minuman dan simplisia. (3) Penyuluhan dan pelatihan membuat minuman dan serbuk jamu, minyak urut herbal, sabun cuci piring herbal serta permen herbal. (4) Penyuluhan dan pemberdayaan budidaya tanaman herbal di pekarangan rumah dan kebun.

Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) Kalibakung dan Pemerintah Desa Kalibakung Kecamatan Balapulang Kabupaten Tegal perlu melaksanakan program pemberdayaan masyarakat lanjutan dan berkesinambungan tentang budidaya tanaman dan produk herbal yang dapat bekerjasama dengan pihak akademisi seperti Unsoed. Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang sudah dilaksanakan yaitu dapat berupa riset lanjutan dan pengabdian masyarakat, kemudian program magang, praktikum, kerja praktek mahasiswa serta Kuliah Kerja Nyata (KKN) tematik kepada masyarakat sekitar seperti di Desa Kalibakung yang nantinya bisa menjadi mitra untuk memasok kebutuhan tanaman herbal untuk obat.

Perkembangan Wisata Pantai Sodong Berbasis Agribisnis

Lokasi kajian kedua dilakukan di lokawisata Pantai Sodong, Desa Karangbenda, Kecamatan Adipala, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi wisata Pantai Sodong dengan panorama indah pasir hitam dan pohon cemara yang membuat suasana tampak asri, sejuk dan indah. Kemudian terdapat beberapa lokasi wisata Goa Raja dan Goa Ratu yang menjadi tempat wisata religi dan spiritual, serta di ujung barat Pantai Sodong terdapat pemandangan hijau yang indah dari Gunung Selok yang mampu menarik perhatian wisatawan. Selain potensi wisata tersebut, Desa Karangbenda memiliki potensi

pertanian dan perikanan yang unik dan jarang ada di wisata pantai lainnya.

Desa wisata Karangbenda di Kabupaten Cilacap di Provinsi Jawa Tengah masih belum memperoleh legal formal surat keputusan Bupati khususnya di Dusun Sodong, Kecamatan Adipala yang berlokasi 25 km dari pusat kota Cilacap. Desa Karangbenda memiliki potensi pertanian dan perikanan. Ladang dan sawah yang terdapat di Pantai Sodong ditanami padi dan palawija oleh petani yang tergabung dalam kelompok tani Sriwedadi dan kelompok tani Wana Pandan Sari. Nelayan di Desa Karangbenda adalah nelayan tambang karena di Pantai Sodong tidak terdapat pelabuhan. Nelayan di Desa Karangbenda tergabung dalam kelompok nelayan Mina Asih.

Pengelola Desa Wisata Karangbenda adalah masyarakat sekitar yang tergabung dalam sebuah kelompok berjumlah kurang lebih 90 orang dengan Bapak Kusiran sebagai ketua kelompok. Pada tahun 2020 Pemerintah Kabupaten Cilacap menyerahkan pengelolaan objek wisata pantai ke Tentara Negara Indonesia matra Angkatan Dasat. Ojek wisata pantai Sodong sebelumnya merupakan sumber terbesar Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Cilacap dari sektor pariwisata khususnya pada tahun 2019. Namun setelah pemerintah menyerahkan pengelolaan wisata pantai ke Tentara Angkatan Darat pada tahun 2020, pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata menjadi menurun. Pandemi Covid-19 juga menjadi menyebabkan kunjungan wisata turun drastis. Hal tersebut berdampak pengembangan Desa Wisata Karangbenda menjadi kurangnya pengunjung yang mengharuskan tempat wisata ditutup karena Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di masa Covid-19.

Dampak Pandemi Covid-19 menimpa semua sektor kehidupan, bukan hanya pada bidang kesehatan masyarakat tetapi juga ke sektor usaha ekonomi, jasa, transportasi, dan perdagangan termasuk pariwi-

sata. Penurunan omset dan produktifitas usaha, juga defisit keuntungan atau mengalami kerugian. Hal ini dikarenakan masyarakat dan dunia usaha tidak bisa bebas mobilisasi serta bertranstraksi karena harus ada karantina wilayah, menghindari kegiatan massal, meningkatkan jumlah yang terjangkit dan korban dari Pandemi Covid-19 antara tahun 2020-2021.

Penurunan kunjungan wisatawan, produktivitas, dan pendapatan ketika masa Pandemi Covid-19 menjadi gejala umum yang dialami oleh semua sektor kegiatan ekonomi pembangunan, termasuk sektor wisata, kelompok usaha dan produknya. Sehingga perlu adanya program pemberdayaan masyarakat secara keberlanjutan untuk merehabilitasi sosial ekonomi di masa dan pasca Pandemi Covid-19 supaya masyarakat kembali bisa memiliki penghasilan dari usaha ekonominya. (Sabiq et al., 2020; Sugito et al., 2022; Sulaiman et al., 2022)

Pantai Sodong disebut “Keindahan Lautan Di Balik Bukit Srandil” yang berada di Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah yang berbatasan langsung dengan lautan lepas Samudra Hindia. Cilacap memiliki panjang pantai 201,9 Km sehingga banyaknya tempat wisata pantai yang asri dan mempesona, salah satunya adalah Pantai Sodong. Pantai Sodong merupakan wisata pantai yang terletak di Desa Karang Benda, Kecamatan Adipala, Kabupaten Cilacap. Akan tetapi warga sekitar pantai ini sering menyebutnya dengan Pantai Selok, karena memang keberadaannya yang dekat dengan Perbukitan Selok (Gunung Srandil).

Pantai Sodong juga disebut Pantai Selok, karena memang keberadaannya yang dekat dengan Perbukitan Selok atau Gunung Srandil, memiliki keindahan pantai yang menawan di kelilingi oleh tebing-tebing yang berjajar memanjang serta pepohonan cemara yang menjulang tinggi ke atas, seolah-olah membawa kita berada di kesejukan di pantai. Udara yang sejuk dan keasrian hijaunya pepohonan cemara akan membuat kita semakin nyaman dan ingin berlama-lama ketika

berada di Pantai Sodong. Jika datang ke pantai Sodong Cilacap pada pagi hari maka akan mendapat keelokan dan kehangatan matahari terbit yang muncul di balik semak-semak bukit. Kemudian pemandangan sunset yang mengagumkan akan membuat kita tidak mau meninggalkan Pantai Sodong. Wisata ke Pantai Sodong Cilacap dan sekitarnya memiliki biaya yang sangat terjangkau untuk para wisatawan dengan tawaran keindahan alam yang mengagumkan. Retribusi masuk ke lokasi Pantai Sodong tarifnya pada tahun 2022 hanya sebesar Rp. 5.000 per orang, kemudian ada tarif lagi sebesar Rp. 5000 untuk menggunakan fasilitas yang ada di dalam lokasi pantai seperti tempat duduk dan ayunanyang dibuat dan disediakan warga setempat.

Pengunjung dapat menggunakan kendaraan roda dua atau pun roda empat dengan akses jalan yang sudah bagus ke tempat wisata Pantai Sodong dan sekitarnya dengan membutuhkan waktu sekitar 20 sampai 30 menit dari Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap. Pantai Sodong selama ini kalah pamor dengan obyek wisata sejenis lainnya di Cilacap, seperti Pantai Widara Payung, Teluk Penyus, Jetis dan Permisian. Selama ini, pengelolaan pariwisata di Pantai Sodong terabaikan, dan masyarakat setempat belum diberdayakan untuk mengelola kawasan Pantai Sodong dan sekitarnya. Padahal, kawasan Pantai Sodong memiliki daya tarik dan banyak potensi yang layak dikembangkan. Saat ini Pantai Sodong membutuhkan perhatian dari banyak pihak, terutama dari stakeholder Pemerintah Kabupaten Cilacap melalui Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata yang dapat berkolaborasi dengan pihak stakeholder swasta, termasuk pemilik wilayah TNI serta akademisi.

Pembangunan memerlukan kolaborasi dan bersinergi diantara stakeholder pemerintah yang memiliki kebijakan dan anggaran dengan pihak swasta yang memiliki orientasi bisnis dan profesionalisme dengan pihak stakeholder *civil society* yaitu masyarakat yang juga berperan sebagai subjek pembangunan bukan objek pembangunan. Sehingga

pembangunan menjadi milik, tanggungjawab dan kesejahteraan bersama. (Berliandaldo et al., 2021; Dorisman et al., 2021; Febrian, 2016)

Pantai Sodong memiliki tantangan dalam pengembangannya seperti kondisi pantai yang membutuhkan perhatian tim pengelola, tempat sampah yang lebih di perbanyak dan juga kesadaran wisatawan untuk menjaga kebersihan pantai serta sekitarnya dari sampah. Tempat berjualan dapat tertata dengan rapi, tertib dan seragam supaya lebih nyaman, indah serta menarik. Pembangunan cekdam atau pemecah ombak, supaya air laut tidak naik ke lokasi warung tempat jualan, sawah dan kebun pertanian di daratan pesisir. Masyarakat sekitar Pantai Sodong yang menjadi petani dan wirausaha kecil, perlu mendapatkan bantuan modal, pemberdayaan pengembangan wisata dan agribisnis untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, produktivitas dan penghasilan.

Potensi wisata Desa Karangbenda, selain pantai Sodong, juga ada Goa Nagaraja, Goa Rahayu, Goa Ratu, Gunung Selok dan Konservasi Penyua Nagaraja Cilacap. Termasuk potensi agribisnis di sekitar pesisir Pantai Sodong yakni lahan tiga hektar yang ditanami padi, kangkung darat, kacang panjang, kelapa, pisang, bawang merah, semangka dan talas. Potensi pantai dan agribisnis perlu menjadi prioritas pemberdayaan masyarakat khususnya Pantai Sodong di Desa Karangbenda dan sekitarnya. Termasuk pelayanan pengunjung juga perlu dikembangkan seperti promosi melalui media digital.

Potensi pantai menjadi primadona dan modal berharga untuk wirausaha, kesejahteraan dan kemandirian pembangunan masyarakat desa. Wisata pantai yang berbasis agribisnis dan alam dapat menjadi kekuatan ekonomi dan otonomi lokal supaya mandiri dan dapat menjadi pionir atau percontohan bagi kelompok masyarakat lainnya sebagai pelaksanaan *Community Based Tourism* (CBT) (Jannah et al., 2017; Juliana et al., 2022; Yoga et al., 2017).

Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat

Pengembangan desa wisata menjadi modal dan program strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan yang memiliki potensi sosial ekonomi, budaya dan alam lingkungan yang menjadi kearifan lokal (*local wisdom*).

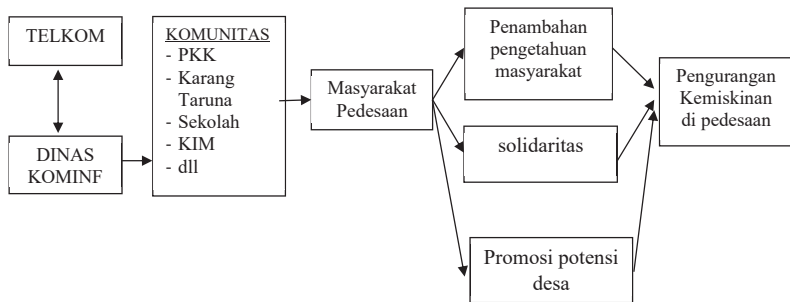
Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) Kalibakung Tegal memiliki potensi dengan lahan untuk pengembangan budidaya tanaman herbal cukup luas di WKJ sendiri sekitar 1,2 Ha dan di pemerintah desa 10 ha. Kelembagaan sosial ekonomi seperti PKK, UKM, KWT dan Posyandu memiliki minat untuk membudidayakan tanaman herbal di pekarangan dan kebun, sehingga dapat menjadi mitra untuk menjadi pemasok bahan herbal ke WKJ. Karena WKJ Kalibakung Tegal sebanyak 65% masih dari Pasar Gede Solo dan B2P2TOOT Tawangmangu.

Pantai Sodong Cilacap memiliki potensi yang dapat dikembangkan seperti pantai, hamparan pohon pinus yang teduh, hijau dan sejuk. Tempat destinasi lainya seperti Goa Raja dan Goa Ratu yang menjadi tempat wisata religi dan spiritual, serta di ujung barat Pantai Sodong terdapat pemandangan hijau yang indah dari Gunung Selok. Pantai sodong memiliki potensi produk agribisnis seperti lahan 3 ha yang sudah ditanami padi, kangkung darat, kacang panjang, kelapa, pisang, bawang merah, semangka dan talas.

Wilayah wisata Pantai Sodong membutuhkan perhatian dan kerjasama antara Dinas Pariwisata Kabupaten dengan pemilik wilayah atau lokasi khususnya dari TNI Danrem 071/Wijayakusuma dengan pihak akademisi atau kampus termasuk pihak swasta. Kerjasama stakeholder tersebut dalam bentuk pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat tentang manajemen desa wisata dan pengembangannya. Model pengembangan wisata berbasis pemberdayaan masyarakat sebagaimana pada gambar 1, memerlukan program penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang manajemen kelembagaan wisa-

ta, manajemen administrasi dan keuangan, manajemen pelayanan wisata, peningkatan kualitas dan standarisasi produk wisata dan strategi promosi pemasaran wisata dan produk. Bahkan lokasi wisata Pantai Sodong bisa dijadikan desa binaan Unsoed untuk kegiatan mahasiswa seperti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik, program magang, praktikum, dan kerja praktek, serta riset juga pengabdian masyarakat bagi dosen.

Figure 1. Proses komunikasi internet masuk desa



Gambar 1. Model Desa Wisata Berbasis Masyarakat

Pengembangan desa wisata baik di Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) di Kalibakung Kabupaten Tegal maupun Pantai Sodong Desa Karangbenda Kabupaten Cilacap memiliki kesamaan ataupun perbedaan untuk pengembangan potensi berbasis sumberdaya, permasalahan dan kebutuhan masyarakat atau *Community Based Tourism* (CBT). Kedua lokasi kajian baik di Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) Tegal maupun wisata Pantai Sodong Cilacap memiliki ketiga aspek CBT yaitu aspek wisata budaya (*cultural tourism*), penjelajahan (*adventure travel*), dan ekowisata (*ecotourism*), sebagaimana pada tabel 1.

Pengembangan desa wisata memerlukan program pemberdayaan masyarakat sebagai metode atau strategi dalam memberikan motivasi, inspirasi, pengetahuan dan keterampilan kepada kelompok masyarakat. Kegiatan pemberdayaan tahapannya melaksanakan perumusan program yang melibatkan partisipasi semua pihak secara dialogis dan egaliter. Program pemberdayaan dirancang dan dilaksanakan berdasarkan kebutuhan, permasalahan dan potensi sumberdaya masyarakat, sehingga pelaksanaan pembangunan akan menjadi milik dan tanggungjawab bersama antara masyarakat, pemerintah dan swasta (Muhtarom et al., 2021; Sulaiman et al. 2022).

Tabel 1. Pengembangan Desa berbasis *Community-Based Tourism*

Wisata Budaya	Wisata Penjelajahan	Wisata Alam
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wisata Kesehatan Jamu (WKJ) Kalibakung Tegal merupakan destinasi wisata yang melestarikan dan mengembangkan budidaya dan produk herbal atau jamu sebagai warisan budaya serta kearifan lokal. Karena masyarakat khususnya di Jawa sudah secara turun temurun membudidayakan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ WKJ Kalibakung Tegal dapat juga menjadi wisata penjelajahan, jika dikembangkan di sebelah timur yang terdapat sungai menjadi wisata arum jeram dan berbagai permainan seperti Flying Fox dan jembatan gantung yang cukup luas dan pajnag sekitar 500 me- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ WKJ Kalibakung Tegal juga dapat dijadikan wisat aalam yang memberikan panorama yang indah dan sejuk di sebelah timur belakang gedung WKJ, dengan menikmati aliran sungai dan daratan disebangnya. Lalu kebun-kebun di sekitar WKJ yang dijadikan etalase dan kebun berbagaim macam tanaman herbal

<p>tanaman obat atau herbal di pekarangan rumah dan kebun. Termasuk membuat dan mengkonsumsi minuman, serbuk dan simplisia herbal atau jamu.</p>	<p>ter antara jarak WKJ dengan daratan disebrang sungainya.</p>	<p>yang asri, hijau dan sejuk. Kedua hal tersebut sangat bagus jika ada kedai atau café tempat menikmati kesejukan dan keindahan tanaman herbal sambil menikmati minuman-minuman herbal yang inovatif berupa juss, jamu dingin dan es jamu, termasuk makanan-makanan sehat dari sayuran dan buah-buahan.</p>
<ul style="list-style-type: none">▪ Pantai Sodong Cilacap memiliki destinasi Goa Raja dan Goa Ratu yang menjadi tempat wisata budaya yang bersifat religius dan spiritual.	<ul style="list-style-type: none">▪ Begitu juga wisata di Pantang Sodong Cilacap merupakan wisata jelajah dengan mengunjungi sebagai wisata hiking ke bukit Srandil atau selok sambil mengunjungi Goa Raja dan Goa Ratu yang menjadi tempat wisata religi dan spiritual.	<ul style="list-style-type: none">▪ Pantai Sodong Cilacap juga memiliki wisata alam seperti halnya yang sudah dijelaskan pada aspek penjelajahan, mulai pantai, pasir pantai, perahu, perbukitan dan goa.

Daftar Pustaka

Abdurrahman., R. Dika., R. Aulia, S. Rahmadani., & T. P. Agyudia. (2021). Sosialisasi pemberdayaan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) guna meningkatkan imunitas di kala pandemi. *Unri Conference Series: Community Engagement 3*: 519-523. <https://doi.org/10.31258/unricsce.3.519-523>

Adhikari, R. (2000). Agreement on Agriculture and Food Security: South Asian Perspective. *South Asia Economic Journal*, 1(2), 43–64. <https://doi.org/10.1177/139156140000100204>

A'inun, F.N., Krisnani, H., & Darwis, R.S. (2015). Pengembangan Desa Wisata Melalui Konsep Community Based Tourism. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(3), 341-346. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i3.13581>

Arifin, A.P.R. (2017). Pendekatan Community Based Tourism dalam Membina Hubungan Komunitas di Kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 111-130. <http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v16i1.1647>

Berliandaldo, M. ., Chodiq, A. ., & Fryantoni, D. (2021). Kolaborasi dan Sinergitas Antar Stakeholder dalam Pembangunan Berkelanjutan Sektor Pariwisata Di Kebun Raya Cibinong. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 221 - 234. <https://doi.org/10.31842/journalinobis.v4i2.179>

Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*, 40(1),39–49. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsi005>

Boonyabancha, S., Kerr, T., Joshi, L., & Tacoli, C. (2019). How the urban poor define and measure food security in Cambodia and Nepal. *Environment and Urbanization*, 31(2), 517–532. <https://doi.org/10.1177/0956247819863246>

Bruno, J. J., & Ellis, J. J. (2005). Herbal Use among US Elderly: 2002 National Health Interview Survey. *Annals of Pharmacotherapy*, 39(4), 643–648. <https://doi.org/10.1345/aph.1E460>

Chang, Z. G., Kennedy, D. T., Holdford, D. A., & Small, R. E. (2007). Pharmacists' Knowledge and Attitudes Toward Herbal Medicine. *Annals of Pharmacotherapy*, 41(7–8), 1272–1276. <https://doi.org/10.1345/aph.140062>

Darmayanti, P. W., Oka, I. M. D. and Sukita, I. W. (2020). Pengembangan Desa Wisata Kaba-Kaba dalam Perspektif Masyarakat Lokal. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(1),15-23. <https://doi.org/10.22334/jihm.v11i1.173>

Das, P., & Sengupta, A. (2016). Poverty and Food Security: Trends Among Socio-religious Groups in India. *Indian Journal of Human Development*, 10(3), 384–396. <https://doi.org/10.1177/0973703017690982>

Dorisman, A., Muhammad, A.S., & Setiawan, R. (2021). Kolaborasi antar Stakeholder dalam Penanggulangan Kecelakaan Lalu Lintas. *JIANA: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 19(1), 71 – 84. <http://dx.doi.org/10.46730/jiana.v19i1.7966>

Febrian, R.A. (2016). Collaborative Governance dalam Pembangunan Kawasan Pedesaan (Tinjauan Konsep dan Regulasi). *Wedana: Jurnal Pemerintahan, Politik dan Birokrasi*, 2(1), 200-208. <https://journal.uir.ac.id/index.php/wedana/article/view/1824>

Jannah, E.U., Muryani, C & Rindarjono, M.G. (2017). Community-Based Tourism Development at Gajah Mungkur Wonogiri Tourist Attraction. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 145, 1-7. doi :10.1088/1755-1315/145/1/012017

Juliana., Lemy, D.M., Hubner, I.B., Pramono, R., Maleachi, S., & Sitorus, N.B. (2022). Acceleration of community-based tourism village development in West Java Province, *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(1), 10-18. <https://doi.org/10.26905/jpp.v7i1.7368>

Khan, S., & Shaheen, M. (2021). From data mining to wisdom mining. *Journal of Information Science*, 1-24 <https://doi.org/10.1177/01655515211030872>

Lubis, D. (2007). *Komunikasi Menuju Komunitas Pembelajar*. Dalam S. Adiwibowo (Ed.). *Ekologi Manusia*. Bogor : FEM IPB

Maulidzy, A.Z., & Dwijayanti. (2016). Comparison of Antioxidant Activity and Tannin Level of Pegagan Extract to Commercially Available Product. *eJournal Kedokteran Indonesia*,4(1): 15-20. <https://doi.org/10.23886/ejki.4.5903.15-20>

Melkote, S.R., & Steeves, H.R. (2001). *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment*. London: Sage Publications

Muhtarom, A., Djuharyanto, T., & Sulaiman, A.I. (2021). Farmers empowerment on food security program in enggal maju farmers group association of kebumen regency. *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(1), 110-125. <https://doi.org/10.14710/agrisociomics.v5i1.8415>

Pesurnay, A.J. (2018). Local Wisdom in a New Paradigm: Applying System Theory to the Study of Local Culture in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 175, 1-8. doi :10.1088/1755-1315/175/1/012037

Puspitasari, I., Sari, G.N.F., & Indrayati, A. (2022). Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) sebagai Alternatif Pengobatan Mandiri. *Warta LPM: Media Komunikasi dan Informasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*,

Rasi, H., Kuivila, H., Pölkki, T., Bloigu, R., Rintamäki, H., & Tourula, M. (2017). A descriptive quantitative study of 7- and 8-year-old children's outdoor recreation, cold exposure and symptoms in winter in Northern Finland. *International Journal of Circumpolar Health*, 76(1),1-7. <https://doi.org/10.1080/22423982.2017.1298883>

Ridwan, M., & Aini, W. (2019). *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish

Rusdidjati, R., Syarifuddin, A., Raliby, O., & Suprpto, A. (2021). Peningkatan Imunitas Keluarga dan Budaya Kewirausahaan Masa Pandemi Covid-19 melalui Budidaya Toga di Desa Tempursari, Candimulyo, Magelang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 1-5. <https://doi.org/10.30653/002.202161.560>

Sabiq, A., Sulaiman, A.I., & Sugito, T. (2020). Designing Family Empowerment Program: Community Education in Times of Covid-19 Pandemic. *International Educational Research*, 3(3), 22-32. <https://doi.org/10.30560/ier.v3n3p22>

Sanjaya, R.B. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Kemetul, Kabupaten Semarang. *Jurnal Jumpa*, 5(1), 91-110. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2018.v05.i01.p05>

Saputra, G.B., Muksin & Muspita, M. (2018). Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 12(4), 325-331. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.04.7>

Servaes, J. (2008). *Communication for Development and Social Change*. India, UK, Singapore: SAGE Publications

Snape, D & Spencer L. (2003). The Foundations of Qualitative Research. Ritche J, Lewis J, (Eds). *Qualitative Research Practice : A Guide for Social Science Student and Researchers*. London, Thousand Oaks, New Delhi : Sage Publication

Sugito, T., Windiasih, R., Prastiyanti, S., & Sulaiman, A. I. (2022). Empowerment Communication in the Corporate Social Responsibility Program in Rural Areas. *Technium Sustainability*, 2(4), 1-16. <https://doi.org/10.47577/sustainability.v2i4.7299>

Sulaiman, A.I. (2020). *Dinamika Pemberdayaan Masyarakat Desa : Sebagai Kajian Partisipatif, Konstruktif, dan Aplikatif*. Makassar: Nas Media Indonesia

Sulaiman, A. I., C., Adi, T. N., & Runtiko, A. G. (2022). Community Empowerment as Socio-Economic Education of Tourism Villages Based on Local Wisdom. *Education Quarterly Reviews*, 5(3), 54-67. <https://doi.org/10.31014/aior.1993.05.03.524>

Sulaiman, A. I., Eka Wijayanti, I. K. ., & Risnawati, Y. (2022). Agribusiness Based Coastal Tourism Development. *Technium Social Sciences Journal*, 35(1), 500–515. <https://doi.org/10.47577/tssj.v35i1.7341>

Tacoli, C. (2019). Editorial: The urbanization of food insecurity and malnutrition. *Environment and Urbanization*, 31(2), 371–374. <https://doi.org/10.1177/0956247819867255>

Trisnawati, A.E., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2018). Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan*, 3(1), 29-33. <http://dx.doi.org/10.17977/jp-tpp.v3i1.10356>

Tufte, T., & Mefalopulos P. (2009). *Participatory Communication*. Washington D.C, USA: The World Bank

Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)*, 2(1), 74-89. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2018.2.1.74-89>

Yoga, I.M.S., Yonce, A.F.E., & Putra, W.A.E. (2017). Evaluation of Community-Based Tourism in Social and Economic Development of Coastal Society in Pandawa Beach, Bali. *Semnasfi Proceedings*, 1(1), 135-141. <https://doi.org/10.21070/semnasfi.v1i1.1119>

Kajian Psikologi Komunikasi Pada Komunikasi Intrapersonal Mahasiswa-Santri Dalam Proses Pembelajaran di Pondok Pesantren dan Perguruan Tinggi

Aslikhatul Fuaddah

Membahas mengenai komunikasi intrapersonal sangat berdekatan dengan komunikasi yang terjadi di dalam diri sendiri atau komunikasi satu orang saja. Mengartikan berbicara kepada diri sendiri meliputi pemberian makna yang berkaitan dengan penggunaan daya nalar juga budaya. Kajian ini bersifat abstrak karena menyangkut diri pribadi atau bersifat personal sehingga akan mewujudkan pendapat berbeda dalam satu persoalan. Lebih lanjut, penggunaan daya nalar seseorang dapat berupa pemikiran terhadap masalah-masalah sosial yang berada dalam lingkup atau lingkungannya. Proses tersebut tidak hanya pada tahap memikirkan suatu masalah, namun juga mempertimbangkan dan berujung pada proses pengambilan keputusan. Semua proses tersebut merupakan rangkaian tahapan dalam kajian komunikasi intrapersonal, karena dalam setiap komunikasi ada yang menjadi objek bagi penafsiran individu.

Dalam komunikasi Intrapersonal, keterlibatan individu dalam lingkup internal dapat dikatakan aktif karena berkaitan juga dengan pemrosesan simbolik dari pesan-pesan. Dapat dijelaskan bahwa seorang individu selain menjadi *encoder* juga sekaligus *decoder*, kemudian memberikan umpan balik, tentu bagi dirinya sendiri dan sifatnya dapat berkelanjutan. Pada prosesnya, komunikator (pengirim pesan)

melakukan pengolahan informasi yang didapatkan sampai menjadi sebuah pesan yang bermakna. Berkaitan dengan hal tersebut, komunikasi intrapersonal menjadi perlu didiskusikan karena semakin seseorang mampu menjelaskan ide dalam pikirannya menunjukkan bahwa proses komunikasi intrapersonal berjalan dengan baik. Komunikasi intrapersonal selain berkaitan dengan daya nalar juga budaya, terletak pada bagaimana budaya menjadi perantara dalam proses berfikir dan bertindak manusia (Vocate: 2012). Untuk lebih jelasnya, topik ini akan membahas mengenai konsep komunikasi intrapersonal, pengertian mahasiswa-santri, proses pembelajaran dalam pesantren dan perguruan tinggi, juga kasus yang dialami mahasiswa-santri.

Konsep Komunikasi Intrapersonal: Pengertian, Faktor Pengaruh dan Implikasi

Terdapat beragam definisi dan pengertian dari komunikasi intrapersonal. Beberapa pengertian dari berbagai sumber buku ditemukan sebagai berikut, pertama, komunikasi intrapersonal diartikan sebagai proses di mana individu menciptakan pengertian, yaitu komunikasi yang berlangsung dalam diri, meliputi kegiatan berbicara kepada diri sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan (Effendy: 2008). Kedua, Kedua, komunikasi intrapersonal merupakan peristiwa komunikasi yang terjadi dalam diri pribadi seseorang. Semua komunikasi sampai pada batas tertentu merupakan komunikasi intrapersonal, yaitu arti yang terdapat dalam setiap komunikasi selalu menjadi objek bagi penafsiran diri sendiri (Blake dan Haroldsen: 2003). Terakhir, komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi di dalam diri sendiri atau saat seseorang sedang memikirkan suatu masalah. Komunikasi

ini juga bisa terjadi saat seseorang melakukan pertimbangan sebelum mengambil keputusan (Notoatmodjo: 2010)

Kesimpulan dari beragam definisi yakni dengan adanya kata kunci “diri sendiri” dalam menangkap dan menganalisis problem yang terjadi di sekitar sehingga muncul pemahaman dan solusi atas persoalan yang terjadi. Proses pengolahan informasi menjadi tahap yang penting ada dalam komunikasi intrapersonal karena berujung pada penjelasan ide ke pihak lain atau dengan kata lain *the clearer the better*.

Proses dan Tahapan dalam Komunikasi Intrapersonal

Ada empat tahapan dalam komunikasi intrapersonal meliputi: sensasi, persepsi, memori, dan berpikir (Rakhmat: 2013). Sensasi merupakan pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera (Benyamin B Wolman, dalam Rahmat: 2013). Sensasi menjadi tahap pertama dalam penerimaan informasi. Sensasi berasal dari kata sense, artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Sensasi diartikan sebagai kemampuan manusia untuk menyerap segala informasi yang ditangkap oleh panca indra. Selanjutnya disebut stimulus yang kemudian melahirkan proses sensasi. Oleh karena itu, sensasi dapat disebut juga sebagai penangkap stimulus.

Apa saja yang tertangkap oleh alat atau panca indra, dari dalam atau dari luar disebut stimuli. Panca indra meliputi pendengaran, penglihatan, perabaan, perasaan, dan penciuman. Stimuli yang diterima oleh panca indra secara langsung diubah menjadi energi syaraf dan disampaikan ke otak melalui proses transduksi. Ada syarat yang harus dipenuhi oleh stimuli yaitu harus kuat agar dapat diterima oleh panca indra. Ketajaman sensasi juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor

yang bersifat subyektif juga terkait budaya-lingkungan. Misalnya, bagi orang Banyumas, kata “jancook” sudah sangat kasar didengar dibandingkan bagi orang Surabayaan. Contoh lainnya berkaitan dengan masakan, Yogyakarta dikenal dengan masakan yang manis daripada asin atau pedas. Masyarakat luar pulau umumnya akan mengatakan manis bahkan sambalnya pun manis. Akan berbeda pendapat ketika orang asli Yogyakarta yang menikmati kuliner khas di luar pulau, cenderung pedas. Adanya perbedaan dalam penerimaan stimulus dari panca indera atau disebut sensasi dapat mempengaruhi persepsi seseorang.

Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Sehingga, keterkaitan sensasi dengan persepsi yakni sensasi bagian dari persepsi. Persepsi dipengaruhi oleh sensasi karena muncul akibat dari hasil tangkapan panca indera. Salah satu contoh misalnya ketika anda membaca buku dengan jarak 60 cm, maka yang ditangkap oleh indera penglihatan adalah kabur. Akan tetapi jika buku didekatkan dengan pelan, maka huruf mulai tampak dengan jelas, proses tersebut tergolong sensasi. Selanjutnya, ketika sensasi tersebut berada pada proses merangkaikan huruf dan kata dalam kalimat, atau dengan kata lain proses penangkapan makna kalimat atau tulisan terjadi, maka disebut dengan persepsi.

Ada empat faktor yang mempengaruhi persepsi (perhatian) meliputi faktor internal, eksternal, struktural dan fungsional. Faktor internal terbagi menjadi faktor biologis dan sosiopsikologis. Faktor biologis erat kaitannya dengan kebutuhan dasar atau berangkat dari dalam diri individu, sehingga dapat mempengaruhi tingkah laku individu. Salah satu contohnya adalah terkait dengan rasa kantuk, maka secara biologis, individu/mahasiswa akan tidur, respon tubuh akan bekerja sesuai dengan stimuli yang dikirim ke saraf otak. Faktor internal kedua ber-

kaitan dengan Sosiopsikologis. Macamnya meliputi motif, sikap, kebiasaan, dan kemauan. Dalam proses pembelajaran di pesantren misalnya santri diajarkan untuk menghormati orangtua/guru. Maka muncul sikap dan kebiasaan dalam pergaulan selama di perguruan tinggi. Hal lainnya berkaitan dengan motif mahasiswa-santri yaitu mencari ilmu dan kesesuaian di antara keduanya, dalam pesantren juga perguruan tinggi.

Selanjutnya adalah faktor eksternal yang meliputi gerakan, Intensitas Stimuli, kebaruan/ novelty, dan perulangan. Pertama Gerakan, manusia cenderung lebih tertarik pada objek-objek yang bergerak. Dalam perkembangan teknologi, kehadiran radio tergantikan oleh televisi, surat kabar tergantikan dengan berita di televisi, selanjutnya televisi tergantikan oleh teknologi internet. Media sosial akhirnya menjadi jawaban dengan beragam jenis dan kegunaannya. Manusia dihadirkan dengan beragam kenyamanan sehingga pendekatan teori *uses and gratification* dapat dioptimalkan dalam pelaksanaannya. Hal ini juga digunakan dalam pemilihan pondok pesantren oleh calon santri, yaitu dengan mencari tahu informasi terkait pondok pesantren melalui instagram.

Kedua yaitu Intensitas Stimuli. Manusia cenderung lebih memperhatikan stimulus yang berbeda dari stimulus yang lain. Perhatian orang dapat dipengaruhi dengan iklan yang menawarkan diskon, iklan yang mengendorse artis, dan juga lewat penggunaan warna baik mencolok maupun soft. Ketiga, Kebaruan (*Novelty*). Hal-hal baru lebih mampu menarik perhatian orang. Inovasi menjadi penting agar stimuli tidak monoton, membosankan, dan hilang dari perhatian. Keempat adalah perulangan. Korelasi erat dengan poin kebaruan, yaitu semakin sering dilakukan perulangan dalam menginformasikan temuan/produk baru maka perlu disadari bahwa sugesti mulai memasuki alam bawah sadar individu. Salah satu contoh perulangan yang sering kita te-

mukan adalah dalam iklan. Produk yang sama namun berulang-ulang diputar. Sama halnya dengan nasihat bijak dalam proses pembelajaran dalam pesantren, pendidikan karakter cenderung berhasil karena secara massif dalam proses perulangan pemberian nasehat dalam rentang waktu yang berdekatan (setiap jadwal mengaji di pagi dan malam hari).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor fungsional. Faktor ini juga memiliki kemiripan seperti faktor internal karena berkaitan dengan kebutuhan. Bedanya, pada faktor ini menitikberatkan pada fungsi persepsi untuk menerjemahkan kejadian di sekitar. Hal tersebut dapat berasal dari pengalaman masa lalu dan faktor personal lainnya. Contoh kasusnya adalah ketika seseorang (katakanlah A) membawa uang senilai 1 juta, akan muncul banyak persepsi. Respon yang muncul oleh sekitar dipengaruhi oleh pengalaman pribadi masing-masing. Akan ada dua kemungkinan, yaitu “wah kecil sekali itu” atau “wah besar sekali itu”. Faktor keempat berkaitan dengan struktural. Faktor struktural berasal dari sifat stimulus fisik dan efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Contoh kasusnya adalah santri, meskipun dalam proses pembelajaran di pondok pesantren tidak maksimal, respon orang lain akan tetap sama tingginya ketika disebut “santri”. Selanjutnya terkait dengan *labelling* ratu kecantikan, walaupun rambut tidak disisir, respon yang muncul adalah tetap cantik.

Keempat faktor dalam lingkup persepsi pasti berkaitan dengan memori individu. Memori juga memiliki peranan penting karena memberikan pengaruh terhadap proses berpikir individu. Memori merupakan sistem yang sangat terstruktur (Schlessinger dan Grove dalam Safitri: 2019). Dalam penjelasan Bruno (dalam Maulita: 2022) memori adalah proses mental yang meliputi pengkodean, penyimpanan, dan pemanggilan kembali informasi dan pengetahuan yang semuanya terpusat di dalam otak.

Pendekatan dalam Memahami Memori

Terdapat tiga pendekatan teori yaitu Teori Aus (Disuse Theory), Teori Interferensi, dan Teori Pengolahan Informasi. Teori Aus menjelaskan bagaimana memori individu akan hilang oleh waktu, sedangkan teori interferensi menekankan pada kekuatan daya ingat. Contoh nyatanya adalah ketika santri menghafalkan al-qur'an atau nadoman. Teori ini sangat relevan karena banyak ditemui ketika menambah hafalan, maka hafalan di lembar pertama hilang, hal tersebut menunjukkan bahwa santri A memiliki permasalahan di *inhibisi retroaktif* (hambatan ke belakang). Namun ketika santri semakin banyak menghafal, maka semakin buruk ingatannya, maka memiliki persoalan pada *inhibisi proaktif* (hambatan ke depan). Persoalan-persoalan tersebut seringkali terjadi di pesantren terlebih santri tersebut juga merupakan mahasiswa. Maka perlu kemudian menggunakan pendekatan teori ketiga yaitu teori pengolahan informasi. Pada teori ketiga ini, otak manusia dianggap sebagai komputer, bagaimana menerima stimuli, timbul persepsi karena adanya proses pengolahan informasi. Proses diterimanya hasil pengolahan informasi tersebut kemudian ditetapkan sebagai *short-term memory* atau diinginkan untuk *long-term memory*, sehingga tindakan individu pun akan mengikuti. Perubahan penyimpanan memori berkaitan dengan upaya yang dilakukan oleh individu seperti melakukan *Rehearsals* (mengaktifkan short-term memory untuk waktu yang lama dengan mengulang-ulangnya), *clustering* (pengelompokan dalam konsep-konsep), atau *method of loci* (memvisualisasikan dalam benak seseorang materi yang harus diingatnya) (Safitri: 2019).

Proses Berpikir Manusia

Tahap setelah sensasi, persepsi, dan memori adalah berpikir (Rakhmat: 2013). Ada dua jenis berfikir manusia yaitu berpikir autistik

dan berpikir realistis. Penggunaan dua cara berfikir individu dapat diilustrasikan seperti ketika santri-mahasiswa sedang mengerjakan UAS di kampusnya. Pada tahap awal yaitu sensasi muncul ketika naskah soal diterima dan terlihat oleh panca indra mata. Persepsi kemudian hadir ketika naskah soal telah dibaca dengan teliti dan paham akan pertanyaan yang diajukan dalam naskah soal tersebut. Secara langsung otak akan mencari jawaban yang tepat, memori sedang melakukan tugasnya dan kemudian berpikir. Apabila santri memilih cara berfikir autistik maka yang terjadi adalah melamun, memikirkan sesuatu di luar yang sedang dikerjakan, seperti kegiatan di pesantren yang menyenangkan atau kegiatan setelah waktu ujian berakhir. Berbeda dengan cara berfikir realistik yang menghadapi kegiatan yang sedang dikerjakan.

Dalam berpikir realistik, pola berfikir dibedakan menjadi tiga yaitu deduktif, induktif, dan evaluatif. Dari tiga pola berfikir tersebut membantu individu dalam memahami kondisi sekitar kemudian mampu menganalisis, mengambil keputusan, memecahkan persoalan dan menghasilkan sesuatu yang baru (kreatif). Menurut JC Coleman & CI Hamen (Rahmat: 2013): *Creative Thinking is "thinking which produces new methods, new concepts, new understandings, new inventions, new work or art"*. Hal-hal yang mempengaruhi berfikir kreatif meliputi: 1) Kemampuan Kognitif, termasuk di dalamnya adalah kecerdasan, 2) Sikap terbuka, berkaitan dengan minat yang beragam dan luas, dan 3) Sikap bebas, meliputi otonom, dan percaya pada diri sendiri.

Salah satu fungsi berfikir adalah menetapkan keputusan. Pada kenyataannya, setiap individu mengambil keputusan, maka secara sistemik akan berakibat pada keputusan lainnya. Dalam persoalan ini, seorang anak yang memutuskan untuk kuliah sambil nyantri (masuk pondok pesantren), maka keputusan lainnya dapat berupa mengatur jadwal aktivitas di kampus dan lain sebagainya. Untuk dapat me-

mentukan keputusan, ada tiga faktor yang mempengaruhi yaitu kognisi, sikap, dan motif (Potter and Perry: 2005). Ketiga faktor tersebut bekerja dalam sistem syaraf otak secara bersamaan. Lebih lanjut, ketika keputusan-keputusan yang diambil mengalami kebuntuan, maka fungsi berpikir selanjutnya adalah memecahkan masalah (*problem solving*). Dalam tahapan memecahkan masalah, ada faktor yang mempengaruhi yaitu motivasi, kepercayaan dan sikap yang salah, kebiasaan, dan emosi. Empat faktor tersebut dalam praktiknya harus berjalan seperti konsep yin dan yang. Lalu bagaimana seorang santri-mahasiswa dalam proses berpikir?

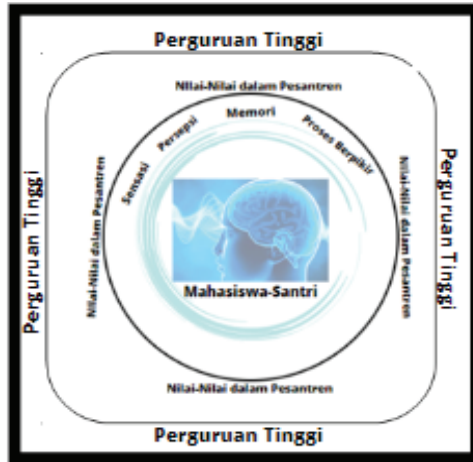
Peranan Komunikasi Intrapersonal bagi Mahasiswa-Santri

Pengertian santri secara umum merupakan individu yang belajar agama dan menetap dalam asrama yang telah disediakan. Pada awalnya, santri hanya diidentifikasi dalam dua kelompok, yakni santri kalong dan santri mukim (Hidayat: 2016). Akan tetapi, pengelompokan santri semakin bertambah seperti santri lama dan santri baru (Tabroni: 2021), juga mahasiswa-santri dan mahasiswa reguler (Nashori: 2011). Menjadi menarik untuk dibahas karena pengelompokan tersebut selain menunjukkan beragamnya persepsi yang melekat pada “santri” juga tentang keberadaan pesantren. Kehadiran pesantren sudah pada tahap diharapkan baik oleh orang tua maupun anak (calon mahasiswa).

Persebaran pesantren di Kabupaten Banyumas sudah memiliki kurang lebih 40 pondok pesantren yang menerima mahasiswa-mahasiswa berdasarkan pada mitra yang dibangun oleh UIN SAIZU (SILMA: 2022), dari jumlah tersebut di dalam pesantren juga tidak serta merta hanya dihuni oleh mahasiswa/mahasiswa namun juga anak sekolah. Berbeda halnya untuk pesantren yang hanya menerima anak sekolah atau tidak sekolah (lulusan SD atau SMP saja). Nashori (2011) menje-

laskan bahwa ada lima karakter yang menonjol pada diri santri yaitu kebersyukuran (*gratitude*), keadilan (*fairness*), kewargaan (*citizenship*), kebaikan hati (*kindness*), dan harapan (*hope*). Temuan tersebut sesuai dengan penjelasan Ahmad (2014) bahwa di dalam pesantren diajarkan nilai-nilai kesederhanaan, kemandirian, semangat kerja sama, solidaritas, dan keikhlasan.

Penanaman nilai-nilai tersebut yang kemudian membawa mahasiswa-santri pada proses berpikir yang berbeda dengan mahasiswa-reguler. Perbedaan nilai yang sangat menonjol dapat dilihat dari nilai keikhlasan yang kemudian muncul kebaikan hati dengan senang berbagi. Santri sedari awal berada pada lingkungan dengan tingkat kolektivistik yang tinggi seperti berbagi kamar tidur, saling meminjam barang, pakaian dan lainnya. Budaya pesantren yang dibangun serta merta membentuk karakter pada diri santri yang berbeda dengan non-santri. Nilai karakter harapan berbanding lurus dengan usia juga tingkat pendidikan individu. Oleh karena itu, semakin banyak mahasiswa yang menjadi santri, dalam pesantren terjadi pola komunikasi yang berubah bahkan munculnya motivasi dalam diri santri untuk menjadi lebih baik semakin meningkat. Lebih lanjut, Nashori (2011) menyebutkan bahwa nilai regulasi diri santri dalam penelitian menunjukkan nilai yang belum optimal. Meskipun dalam penelitian Najah (2021) menjelaskan yang berbeda bahwa persepsi masyarakat terhadap santri menunjukkan bahwa santri *ready for use* dalam masyarakat, dan santri yang memiliki multi kompetensi dan talenta serta membantu menjawab persoalan yang ada dalam masyarakat. Vocate (2012) menyebutkan bahwa kemampuan komunikasi intrapersonal individu dikatakan bagus jika dapat menyampaikan ide dengan baik. Tentu sejalan dengan temuan Najah (2021) yang menyatakan bahwa masyarakat terbantu dengan kehadiran santri. Untuk lebih jelasnya, model komunikasi intrapersonal mahasiswa- santri adalah seperti berikut:



Gambar 1. Model Komunikasi Intrapersonal Mahasiswa-Santri

Pada tataran proses berpikir, mahasiswa-santri dengan usia yang sudah berada di awal dewasa dianggap sudah mampu memahami dirinya dan mampu menyeimbangkan kebutuhan dirinya (Firdausi: 2019). Lebih lanjut, mahasiswa-santri dinilai mampu dalam mengelola jadwal pribadi baik di pesantren maupun perguruan tinggi dan tidak berpengaruh pada prestasi. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan data yang menunjukkan sekitar 552 santri yang mendapatkan program beasiswa santri (Khoeron: 2022), artinya sejumlah 552 santri akan menjadi mahasiswa-santri. Kehidupan santri dalam pesantren dapat diartikan tidak memberikan dampak negatif dalam proses pembelajaran. Dalam artikel lainnya, 6 orang mahasiswa-santri mampu menjadi pemenang dalam kompetisi CODIG 4.0 (*Code Up Your Digital Technology*) (Infokom: 2022).

Tantangan tersendiri bagi mahasiswa-santri yang memutuskan untuk menjadi penghafal Al-Qur'an. Salah satunya adalah mampu melakukan rekognisi diri di tahap awal agar dapat mengetahui karakter

pribadi terkait dengan proses penyimpanan memori. Di awal telah disebutkan bahwa adanya inhibisi retroaktif atau proaktif, maka cara penyelesaian akan jauh lebih mudah dibandingkan belum mengenali karakter diri dan kemudian berhadapan dengan jadwal ujian di dalam kampus. Temuan firdausi (2019) menunjukkan bahwa semakin mampu dalam mengelola diri maka mahasiswa-santri akan berhasil menyelesaikan hafalan Al-Qur'annya dan indeks prestasi di Perguruan tinggi juga tinggi. Persepsi mengenai prestasi juga ditemukan dalam hal jenis kelamin (Aeni: 2013). Jenis kelamin laki-laki menilai prestasi sebagai hal personal, berbeda halnya dengan jenis kelamin perempuan dengan emosi dan motivasi yang terikat dengan lingkungan sekitar. Namun selain itu, regulasi diri yang baik juga akan menentukan keberhasilan mahasiswa-santri dalam proses pembelajaran baik di pesantren maupun di Perguruan Tinggi.

Berdasarkan pada pembahasan, kesimpulan yang diperoleh dalam melihat model komunikasi intrapersonal mahasiswa-santri sangat berbeda dengan mahasiswa reguler. Mahasiswa-santri pada akhirnya dalam menjalani aktifitas di Perguruan Tinggi tidak dapat melepas karakter yang dibangun dalam pesantren. Rasa bersyukur dalam diri santri membantunya dalam setiap permasalahan yang dihadapi dan lebih mampu berempati dengan pihak lain. Rasa hormat kepada pihak yang lebih mumpuni baik dari segi umur maupun keilmuan membuat proses komunikasi berjalan dengan nyaman. Santri juga dikenal dengan selera humor yang baik dan menyebabkan proses komunikasi interpersonal segera cair tidak kaku.

Mahasiswa-santri yang juga dilatih mandiri membantu dalam hal pengelolaan dalam proses berpikir. Tahap tersebut menjadi langkah awal penentuan keberhasilan mahasiswa-santri dalam menempuh proses pembelajaran di dua institusi yang saling menguatkan meskipun berbeda. Menjadi sebuah jalan tengah apabila perguruan tinggi

juga mengadopsi nilai-nilai dalam pesantren terkait dengan penanaman karakter diri untuk menghadapi perkembangan dunia. Karakter positif menjadi penting diperhatikan mengingat bahwa keilmuan jika tidak dibersamai dengan karakter positif maka dalam proses implementasi akan berujung pada penyimpangan. Dalam proses pembelajaran, metode yang digunakan dalam pesantren tidak jauh berbeda dengan perguruan tinggi mencakup teori-praktik-ujian. Apabila terjalin mitra yang baik, maka dampaknya adalah waktu ujian di perguruan tinggi tidak bertabrakan dengan jadwal ujian di pesantren. Meskipun sejauh ini mahasiswa-santri mampu menghadapi semua yang terjadi, namun akan jauh lebih maksimal jika berada pada jadwal yang berbeda.

Daftar Pustaka

A, Potter Patricia, and Perry Anne Griffin. 2005. *Buku Ajar: Fundamental keperawatan konsep, proses, dan praktik*. Cet 1 ed. 4, vol. 1. Jakarta: ECG

Aeni, Imama Qudrotul. 2013. “Prestasi Akademik Mahasiswa Berstatus Santri Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Kemampuan Pengaturan Diri (Pada Mahasiswa STAIN Salatiga Tahun 2013)”. <https://adoc.pub/queue/prestasi-akademik-mahasiswa-berstatus-santri-ditinjau-dari-j.html>. Accessed 30 November 2022.

Blake, Reed H., and Edwin O. Haroldsen. 2003. *Taksonomi Konsep Komunikasi*. Surabaya: Papyrus.

Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Firdausi, Fitriana, and Aida Hidayah. 2019. “Kecerdasan Intrapersonal Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Santri Mahasiswa Dalam Menghafal Al-Qur’an”. *Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur’an dan Hadis. e-journal UIN Suka.*, 3 October 2019, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/alquran/article/view/1901-03>. Accessed 30 November 2022.

Hidayat, Mansur. 2016. “Model Komunikasi Kyai Dengan Santri di Pesantren”. *Jurnal ASPIKOM*. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/89/85>. Accessed 30 November 2022.

Infokom, Humas. 2022. “Enam Mahasiswa Santri Nurul Jadid Galakkan Inovasi Teknologi, Raih Prestasi Nasional”. <https://www.nuruljadid.net/12179/enam-mahasiswa-santri-nurul-jadid-galakkan-inovasi-teknologi-raih-prestasi-nasional>. Accessed 30 November 2022.

Khoeron, Moh, editor. 2022. “Ini 552 Penerima Program Beasiswa Santri Berprestasi 2022”. <https://kemenag.go.id/read/ini-552-penerima-program-beasiswa-santri-berprestasi-2022-dl6k2>. Accessed 30 November 2022.

Maulita, Relly, et al. 2022. “*View of neurosains dalam proses belajar dan memori*”. Jurnal Inovasi, <https://jurnal.iaih.ac.id/index.php/inovatif/article/view/264/165>. Accessed 30 November 2022.

Muhakamurrohman, Ahmad. 2014. “*Pesantren: Santri, Kiai, Dan Tradisi*”. Jurnal Kajian Islam dan Budaya: IBDA. <https://ejournal.uin-saizu.ac.id/index.php/ibda/article/view/440>. Accessed 30 November 2022.

Najah, Faizun. 2021. “*Persepsi Masyarakat Terhadap Pesantren: Studi Fenomenologi*.” <https://jurnalnu.com/index.php/as/article/view/238/118>. Accessed 30 November 2022.

Nashori, Fuad. 2011. “*Kekuatan Karakter Santri*”. UII: Journal of Religious Studies. <https://journal.uui.ac.id/Millah/article/view/5092>. Accessed 30 November 2022.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2010. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Rakhmat, Jalaluddin. 2013: *Psikologi komunikasi*. Revisi ed. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Safitri. 2019. “*Sistem Komunikasi Intrapersonal: Memori Dan Berfikir*.” https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/pluginfile.php?file=%2F188699%2Fmod_resource%2Fcontent%2F1%2F4_5067_PSI122_032019_SKI%20Memori%20dan%20berfikir.pdf. Accessed 30 November 2022.

Silma, Admin. 2022. “*Daftar Pesantren Mitra*”. https://silma.uin-saizu.ac.id/?page_id=20. Accessed 30 November 2022.

Tabroni, Imam, et al. 2021. “*View of Peran Kyai Dalam Membina Akhlak Santri Di Pondok Pesantren Al-Muinah Darul Ulum Desa Simpangan Kecamatan Wanayasa*.” Wonogiri: Jurnal Stabn Raden Wijaya. <https://jurnal.radenwijaya.ac.id/index.php/PSSA/article/view/322/257>. Accessed 30 November 2022.

Vocate, Donna R., editor. 2012. *Intrapersonal Communication: Different Voices, Different Minds*. Taylor & Francis. Accessed 29 November 2022.

Manajemen Komunikasi Stigma: Upaya Memahami Perilaku Komunikasi *Liyan*

Wiwik Novianti

Indonesia merupakan salah satu negara multikultural terbesar di dunia. Keragaman suku, agama, bahasa dan budaya membentuk identitas bangsa Indonesia. Harmonisasi keberagaman Indonesia saat ini mengalami ancaman yang ditandai dengan munculnya tindakan-tindakan intoleransi. Pada tahun 2020, terdapat 422 tindakan pelanggaran kebebasan beragama terjadi di Indonesia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 184 tindakan dilakukan oleh aktor non-negara, seperti kelompok warga, individu, dan organisasi kemasyarakatan (katadata.co.id, 2021).

Kelompok minoritas di Indonesia dianggap sebagai liyan yang tidak memiliki akses—apabila ada pun sangat terbatas—untuk mendapatkan hak-haknya. Dirunut dari asalnya, konsep Liyan pertama kali muncul dari pembatasan Aristoteles mengenai siapa kaum yang ada di dalam polis dan siapa kaum yang ada di luar polis. Kaum perempuan di masa Yunani klasik tidak diakui dalam polis. Mereka dianggap sebagai liyan atau *the voiceless*. Liyan adalah mereka yang kehilangan esensi partisipasinya dalam arti bahwa mereka terpisah, terpinggirkan dari peran-peran pengelolaan tata hidup bersama (Riyanto, 2017). Saat ini liyan tidak hanya merujuk pada perempuan saja namun merupakan mereka yang berbeda dan dipahami sebagai yang tertindas.

Salah satu kelompok minoritas yang ada di Indonesia adalah penganut aliran kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Hingga 31 Desember 2021, jumlah penduduk Indonesia yang menganut aliran kepercayaan sebanyak 126.515 jiwa (dataindonesia.id, 2022). Penganut kepercayaan yang disebut sebagai penghayat kerap kali mendapatkan stigma karena keyakinan yang mereka anut. Penghayat kepercayaan di-label sebagai penganut aliran sesat, dukun, penyembah setan bahkan anggota Partai komunis yang beradaannya dilarang di Indonesia.

Rebecca J. Meisenbach (2010) memperkenalkan teori yang disebutnya sebagai *Stigma Management Communication* (SMC). Dalam teorinya, Meisenbach menjelaskan tentang bagaimana individu mengelola momen saat identitasnya mendapatkan stigma. Meisenbach mengajukan 5 proposisi dalam teorinya tersebut, yaitu:

Proposisi 1: Individu akan membuat pilihan strategi SMC berdasarkan sikap mereka terhadap penerapan stigma untuk mereka dan pada sikap mereka menantang atau mempertahankan persepsi orang lain tentang stigma.

Proposisi 2: Individu yang menerima persepsi stigma masyarakat dan penerapan persepsinya untuk diri mereka sendiri akan menerima strategi SMC, termasuk: menerima secara pasif, meminta maaf, menyalahkan stigma serta mengucilkan diri/

Proposisi 3: Individu yang menerima bahwa ada persepsi stigma publik, tetapi tidak menerima pemberlakuannya untuk diri mereka sendiri akan melakukan strategi menyembunyikan atribut stigma, menghindari situasi stigma, dan membuat perbandingan sosial yang menguntungkan.

Proposisi 4: Individu yang menerima bahwa atribut stigma berlaku untuk mereka, tetapi ingin mengubah persepsi publik tentang atribut tersebut, akan menerapkan strategi yang berupaya untuk mengurangi serangan dari stigma.

Proposisi 5: Individu yang menantang persepsi publik tentang stigma dan penerapannya terhadap diri individu cenderung terlibat dalam strategi penolakan, termasuk: penolakan sederhana, penolakan logis, mengabaikan komunikasi yang menstigmakan, dan menampilkan stigma.

Dari 5 proposisi tersebut, terdapat 6 strategi yang dilakukan individu saat berada dalam situasi yang menstigmakan mereka, yaitu: menerima, menghindari, mengelakkan tanggung jawab, mengurangi serangan, menyangkal, dan menolak (tabel 1).

Tabel 1. Strategi Komunikasi Pengelolaan Stigma Menurut Meisenbach (2010)

	Menerima stigma yang disematkan pada diri individu	Menantang stigma yang disematkan pada diri individu
Menerima pengertian publik tentang stigma (<i>Status quo</i>)	I. Menerima <ul style="list-style-type: none"> ▪ Penerimaan pasif (diam) ▪ Meminta maaf ▪ Menyalahkan hasil negatif ▪ Stigma ▪ Mengisolasi diri 	II. Menghindari <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyembunyikan atribut stigma ▪ Menghindari situasi stigma ▪ Menghentikan perilaku yang mengundang stigma ▪ Membuat perbandingan sosial yang menguntungkan.

<p>Menantang pemahaman publik tentang stigma (mengupayakan perubahan)</p>	<p>III. Mengelakkan tanggung jawab</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Melakukan provokasi ▪ Melakukan pembeblaan diri 	<p>IV. Menyangkal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memberikan penyangkalan secara logis ▪ Menyoroti kekeliruan logika ▪ Memberikan info/ bukti ▪ Mendiskreditkan pihak yang menstigma
	<p>V. Mengurangi serangan stigma</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memperkuat / memfokuskan Kembali ▪ Reframe/ membingkai kembali stigma 	<p>V. Mengabaikan stigma atau menampilkan stigma</p>

Sumber: Meisenbach (2010)

Dari penelitian yang dilakukan penulis pada tahun 2022 terhadap 10 orang penghayat di Banyumas, terlihat bahwa sebagian besar partisipan melakukan strategi menyangkal stigma dengan cara memberikan informasi tentang penghayat kepada pihak-pihak yang menstigma mereka.

Tabel 2. Strategi Komunikasi Pengelolaan Stigma Penghayat

No	Nama	<i>Stigma Management Communication Strategies</i>
1	Anggi	<i>Menerima</i> “Silahkan saja kalau ada orang menyimpulkan saya sesat, saya tidak ingin memperdebatkan kepercayaan karena jarang adanya titik temu, kalau cuma sekedar berbagi informasi tidak apa-apa tetapi kalau sudah tentang benar atau salah itu susah.”
2	Aji	<i>Menyangkal dengan memberikan info:</i> “Mungkin dia (orang yang menstigmakan) karena belum tau ya. Jadi disitu saya mulai menjelaskan bahwa saya penghayat bukan seperti apa yang mereka gambarkan.”
3	Sigit	<i>Menghindar dengan menyembunyikan atribut stigma</i> “Anak saya umur 7 tahun dan 1 tahun, yang 7 tahun sudah sekolah dan identitas agamanya ditulis kepercayaan tetapi secara sosial masih menjalankan ibadah umat Islam seperti mengaji karena faktor lingkungan. Istri saya pun juga terkadang masih mengaji dan memakai hijab karena keluarganya memang kental dengan agama (Islam).”
4	Amar	<i>Menyangkal dengan mendiskreditkan orang yang menstigma</i> “Silahkan menjustifikasi asal kamu bisa lebih baik dari saya.”

5	Tya	<p><i>Mengurangi serangan</i></p> <p>“Berbicara hanya dengan yang dekat saja dan ketika forum itu sudah selesai karena kalau dalam forum akan menciderai, sebagai penghayat itu kita tidak boleh <i>bukak batine wong</i> dalam artian membuka aib orang lain. Kita memang benar tapi benarnya kita belum tentu benar, pepatah jawa mengatakan <i>sing bener belum tentu pener</i> jadi benarnya kita belum tentu benar walaupun kita memang di koridor yang benar. Menegur orang itu tidak dengan cara yang seperti itu tetapi dengan cara yang elegan.”</p>
6	Feby	<p><i>Menyangkal dengan memberikan info/bukti</i></p> <p>“Paling ketika diskusi dengan dosen yang agamanya kekeh dan ingin tahu mengenai penghayat, kemudian kita menjadi berdebat. Kita memang harus berani menghadapi masalah kalau kita tidak berani maka kita akan ditindas, kalau kita berani mereka akan segan. Tetapi tidak semua berani dan tidak semua memiliki akses dalam artian keterbatasan SDM karena penghayat kepercayaan notabennya memang SDM rendah, kalau kita dalam menghadapi masalah ya sekalian mengedukasi mereka.”</p>
7	Anggoro	<p><i>Menyangkal dengan memberikan info</i></p> <p>“Kalau gerakan saya menghadapi masalah sosial, saya meredam emosi dulu. Kita bergerak dari pribadi dulu, dan banyak belajar yang kemudian kita berikan kepada orang lain. Nah disitu saya ngobrol.”</p>

8	Wahyu	<i>Menyangkal dengan memberikan info</i> “Saya memberikan informasi dan penjelasan kepada teman-teman dekat.”
9	Supriyono	<i>Mengabaikan atau menampilkkan stigma</i> “Berarti Pak Yono sudah terbuka di Dinas kalau Bapak adalah seorang penghayat?” A : “Terbuka, pelantikan jabatan juga memakai penghayat. Sampai saya ditanya bagaimana nanti kalau mati? Namun bagi saya mati itu bukan persoalan.. Banyak yang nanya kenapa jarang ke masjid...tapi saya berkata kalau saya orang Jawa memang harus melakukan sholat, ia mengatakan harus, lalu saya berkata itu menurut kamu kalau menurut saya tidak harus. (tertawa).”
10	Adel	<i>Menghindari situasi stigma</i> “Yang pasti takut digunjing, pasti kepo dan saya udah di tahap males untuk menjelaskan karena dari SMA udah seperti itu. Pasti jawaban saya cari di google apabila ada yang menanyakan tentang penghayat.”

Sumber: Data olahan penulis

Stigma sangat dipengaruhi oleh konteks sosial sehingga tidak menutup kemungkinan apa yang distigmakan dalam sebuah kelompok bukan menjadi persoalan di kelompok lainnya. Dalam teori manajemen komunikasi stigma, stigma dilihat dari dua sudut pandang, baik dari persepsi individu yang terstigmakan maupun dari persepsi publik sehingga dapat membantu menganalisis posisi individu dalam kelompoknya.

Daftar Pustaka

Lidwina, A. (2021). *7 Tindakan Pelanggaran Kebebasan Beragama Terbanyak Dilakukan Aktor Non-Negara (2020)*. Katadata.co.id. Terakhir diakses pada 21 Januari 2023 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/04/09/intoleransi-pelanggaran-kebebasan-beragama-terbanyak-dilakukan-aktor-non-negara>

Mahdi, M.I.(2022). *Mayoritas Penganut Aliran Kepercayaan Indonesia Berada di NTT*. Dataindonesia.id. Terakhir diakses pada 21 Januari 2023 melalui <https://dataindonesia.id/ragam/detail/mayoritas-penganut-aliran-kepercayaan-indonesia-berada-di-ntt>

Meisenbach, R.J.(2010) 'Stigma Management Communication: A Theory and Agenda for Applied Research on How Individuals Manage Moments of Stigmatized Identity', *Journal of Applied Communication Research*, 38: 3, 268 — 292.

Riyanto, F.X. E.A. (2017). Asal Usul "Liyan". Dalam A. Tjatur Raharso, Paulinus Yan Olla, Yustinus (Editor), *Mengabdikan Tuhan dan Mencintai Liyan: Penghayatan Agama Di Ruang Publik yang Plural*. Cetakan ke-1, hal. 71-89. Malang: STFT Widya Sasana.

Story Telling

Dalam Fotografi Portrait

Petrus Imam Prawoto Jati

Saat ini dunia fotografi sudah mengalami suatu perkembangan yang besar sama dari sisi teknis nya banyak sekali alat-alat yang ditemukan untuk membantu karya fotografi yang bagus. Beberapa teknologi yang sangat membantu seperti atau fokus yang cepat, stabilizer handal, berbagai jenis lensa yang canggih, bahkan sampai tools editing yang mampu merekayasa foto seperti apapun yang kita inginkan. Meskipun demikian fungsi foto tetap saja tidak pernah berubah. Foto merupakan suatu bahasa tersendiri yang mampu menyampaikan pesan secara unik. Keunikan foto adalah karena penyampaian pesan ya melalui visualisasi dari suatu momen dimana momen tersebut tidak atau bahkan mungkin terulang lagi. Keunikan fotografi ini justru menjadi tantangan tersendiri pakai banyak karakter baik yang masih amatir, sekedar hobi, maupun yang sudah profesional. Untuk mendapatkan suatu momen fotografi yang bagus, diperlukan banyak sekali pengalaman dan latihan

Pada zaman dahulu fotografi adalah dunia yang hanya digeluti oleh orang-orang tertentu saja. Kita tahu bahwa alat-alat fotografi dahulu sangat mahal, sehingga tidak banyak orang mampu untuk membeli alat-alatnya apalagi mempelajarinya. Dengan demikian dikatakan sebagai sebuah hobi memiliki prestise atau gengsi yang tinggi. Hal ini

menyebabkan fotografi tidak bisa boleh sembarang orang. Namun berbeda dengan sekarang, dimana fotografi dapat dengan mudah dilakukan makan oleh setiap orang dari berbagai kalangan. Peralatan untuk menekuni hobi fotografi ini saat ini tidak lagi mahal dan langka. Pakaian dengan kamera handphone, seseorang bisa mempelajari teknik-teknik secara otodidak. Sumber belajarnya juga banyak, dari buku-buku analog, media sosial sampai ke internet yang menyediakan banyak sumber belajar.

Fotografi Dalam Trend Media Sosial

Dewasa ini tuntutan untuk memproduksi foto semakin tinggi. Hampir semua media sosial saat ini platform untuk mengunggah fotografi. Ini menjadikan fotografi sebagai Sebuah alat penyampai informasi atau pesan menjadi semakin vital. Apalagi dengan kecanggihan alat-alat fotografi yang semakin dan murah membuat gambar-gambar yang dihasilkan menjadi semakin bagus. media sosial yang paling penting adalah konten. dengan adanya euforia media sosial saat ini iki peran yang anak besar karena dengan konten yang dapat menarik banyak follower yang dapat menghasilkan uang bagi konten kreatornya. fotografi sebagai sebuah konten media sosial memiliki potensi yang besar dijadikan sebagai daya tarik konten media sosial. fotografi hasil jepretan dikatakan alat yang utama saat orang berkomunikasi atau bertutur di media sosial mereka masing-masing, Hal ini dikarenakan dalam fotografi akan banyak cerita atau tanpa harus terlalu banyak tambahan teks atau caption. lebih jauh fotografi dalam media sosial dapat digunakan sebagai suatu sarana ekspresi, sarana untuk eksis, untuk menginformasi, pemasaran, edukasi atas sebagai sarana hiburan. begitu luasnya fotografi di media sosial ini maka fotografi portrait juga turut menjadi suatu konten yang banyak beredar di media sosial.

Suatu hasil jepretan foto mampu menyajikan suatu kenyataan yang real apa adanya hingga memiliki dan tingkat kepercayaan yang tinggi. Maka dengan maraknya media sosial yang memiliki platform untuk mengunggah foto, penyampaian pesan melalui fotografi menjadi pilihan yang utama saat ini. Tidak dipungkiri bahwa setiap orang saat ini mampu menghasilkan suatu karya fotografi, namun tetap saja ada hal-hal yang bisa membuat suatu karya fotografi menjadi lebih baik daripada karya fotografi yang lain. Hal ini dikarenakan, untuk membuat sebuah karya foto tidak hanya cukup dengan membidik sebuah momen atau event, letakkan dalam bingkai kemudian langsung menekan tombol shutter. Banyak hal yang lebih kompleks yang sangat terkait dengan beberapa hal seperti angle, komposisi, arah cahaya, jenis lensa yang digunakan, panjang fokal, pengaturan kecepatan dan lain sebagainya. Faktor-faktor inilah membuat sebuah karya fotografi adalah termasuk sebuah karya seni atau sastra, gimana sangat diperlukan tangan sebuah karya fotografi yang mumpuni.

Sebagai sebuah berkomunikasi, untuk menyampaikan pesan, mengolah sebuah karya fotografi tentu memerlukan atau banyak pertimbangan dan perencanaan agar Pesan yang disampaikan sesuai dengan apa yang diinginkan boleh berperan sebagai penyampai petani itu sendiri.

Terdapat beberapa fungsi fotografi dalam kehidupan manusia. Seperti yang telah disampaikan Fitno Khaizan bahwa fotografi memberikan keabadian, menyimpan perjalanan hidup, penghilang stress, melatih imajinasi, Sebagai karier, penguat harga diri, banyak mengambil hikmah, melihat hal-hal yang tidak disadari sebelumnya, dan menyimpan kenangan baru dan lama.

Semua fungsi-fungsi fotografi itu dapat diterapkan dalam berbagai jenis atau aliran fotografi. Kita tahu ada beberapa jenis diantaranya seperti: Fotografi documenter, Fotografi jurnalistik, Fotografi makro,

Fotografi aksi, Fotografi glamour, Fotografi mikro, Fotografi seni rupa, Fotografi bawah air, Fotografi aerial, Street photography, Still Life Photography, Portrait photography, dan lain-lain.

Fotografi Portrait

Kali ini yang akan kita bahas adalah tentang fotografi portrait. Jenis fotografi ini adalah suatu jenis fotografi yang paling awal biasanya dilakukan oleh para pemula karena objek fotografi ini adalah manusia baik secara tunggal maupun kelompok. Mekan saat ini berkembang pula suatu jenis fotografi portrait yang diambil secara swafoto atau selfie. Dengan adanya handphone maka jenis fotografi ini menjadi hal yang umum dilakukan oleh khalayak luas. Namun demikian tidak semua swafoto atau selfie menjadi sebuah media komunikasi pesan yang ideal. Jika kita kembali kepada fotografi sebagai sebuah karya seni atau sastra, penting sekali untuk dapat menyampaikan suatu pesan yang unik yang kita titipkan pada sebuah karya seni fotografi. Salah satunya adalah pada karya seni fotografi portrait ini.

Jika disepakati bahwa sebuah karya fotografi adalah sebuah media penyampai pesan yang unik karena berbasis kepada visual, maka selanjutnya tentu kita sepakat bahwa diperlukan adanya suatu pemikiran dan perencanaan yang matang untuk menghasilkan sebuah karya seni fotografi Portrait yang bagus. Untuk bisa menjadikan sebuah karya fotografi portrait dengan muatan storytelling yang kuat diperlukan adanya kepekaan dan juga pengamatan yang cukup dari seorang fotografer.

Storytelling dari kata *story* dan *telling*. *Tari* adalah satu kita atau cerita sementara *telling* adalah penuturan atau penderitaan, sehingga dapat kita simpulkan bahwa *storytelling* adalah proses pengaturan atau penceritaan dari sebuah kisah atau cerita. Seperti layaknya sebuah penuturan secara verbal, penuturan secara visual juga memerlukan suatu gaya dan kekhasan tersendiri. Kemampuan inilah yang diperlukan oleh seorang fotografer dalam usahanya untuk mengisahkan atau menceritakan kisah-kisah dibalik sebuah karya adalah fotografi portrait.



Foto seorang tukang sol sepatu

(Dok. Imam Prawoto)

Secara tradisi memang kita kenal sebagai suatu cara menyampaikan cerita dengan menggunakan bahasa lisan. Jadi tidak heran jika selama ini kita mengenal *storytelling* sebagai sebuah betul yang hanya menggunakan bahasa lisan saja namun setelah zaman berkembang seni bercerita atau *storytelling* ini juga mengalami perubahan-perubahan. Saat ini *storytelling* tidak hanya melalui lisan saja namun juga menggunakan media atau alat komunikasi yang lain *storytelling* bisa disampaikan metode-metode lain yang lebih bervariasi.

Media-media lain selain lisan adalah buku cerita, novel, musik puisi pantun pakem desain busana juga bisa sarana *storytelling* yang baik. Kenal luasnya media ini, maka foto sebagai salah satu media komunikasi juga dapat digunakan sebagai sarana *storytelling*,

Untuk menjadi seorang *storyteller* yang baik tentu harus mengasah beberapa kemampuan yang diperlukan agar proses aturan dapat berlangsung dengan baik. Demikian juga Jika kita ingin bertutur me-

lalui fotografi portrait, tentu kita harus mempersiapkan beberapa hal yang terkait dengan cara bertutur melalui fotografi. Menurut hemat penulis, beberapa kemampuan yang harus diasah untuk dapat fotografi portrait, adalah sebagai berikut:

1. Mau mempelajari banyak budaya lain.
2. Mengasah kemampuan teknis kamera.
3. Mengasah kepekaan terhadap sisi kemanusiaan.
4. Meningkatkan rasa percaya diri.
5. Terbuka terhadap pribadi orang lain.

Dengan berbekal kemampuan tersebut maka diharapkan fotografi portrait yang dihasilkan, akan memiliki suatu daya tutur atau cerita yang dapat tersampaikan kepada para penikmat foto tersebut dengan baik. Meskipun hanya memiliki foto berupa orang, namun jenis fotografi ini memiliki daya tarik yang kuat bagi para penikmatnya. Hal tersebut disebabkan karena ketika melihat foto dari portrait maka kita seolah-olah berbicara, terhubung atau berkomunikasi pribadi yang ada dalam foto tersebut. Beberapa ciri fotografi potret yang baik adalah sebagai berikut:

1. Mampu membuat koneksi dengan pemirsanya.
2. Mengandung pesan yang cukup kuat.
3. Memiliki tema yang kuat.
4. Mudah diingat.
5. Menggerakkan emosi pemirsanya.
6. Membangkitkan imajinasi.
7. Mampu menambah wawasan.



Foto seorang penggembala kambing di sawah yang telah kering

(Dok. Imam Prawoto)

Dalam mengeksekusi sebuah foto portrait itu ada hal-hal yang harus diperhatikan foto potret yang kita hasilkan menjadi layak. Fotografi portrait memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh foto-foto jenis lain. Memang ada beberapa syarat agar foto portrait memiliki kualitas yang baik seperti ketajaman, komposisi, Angle, pencahayaan, dan framing yang unik. Namun ada beberapa poin yang harus ada dalam fotografi portrait yang membedakannya dengan jenis fotografi yang lain.

1. Kontak mata

Kontak mata membuat terkoneksi dengan subjek dalam foto. Di sini bisa tercipta adanya suatu komunikasi yang sifatnya pribadi. Hal ini tidak bisa didapatkan dari foto-foto jenis lain.

2. Ekspresi wajah

Ekspresi wajah dapat menceritakan tentang karakter, kepribadian, dan emosi seseorang. Dalam foto portrait elemen ini akan membangkitkan daya imajinasipemirsanya.

3. Gesture

Gestur meliputi gerak tangan dan tubuh, yang biasanya digunakan untuk memperkuat komunikasi yang ingin disampaikan. Jika dalam foto portrait bisa menangkap gestur ini, maka pesan yang ditampilkan akan semakin kuat,

4. Atribut

Atribut dalam hal ini adalah hal-hal yang menyertai subjek foto, atau menjadi bagian dari subjek. Atribut menjadi penting kanan dalam semiotika apalagi semiotika foto, atribut dapat mengungkapkan makna, arti, dan nilai yang tersembunyi dari cerita dibalik foto tersebut.

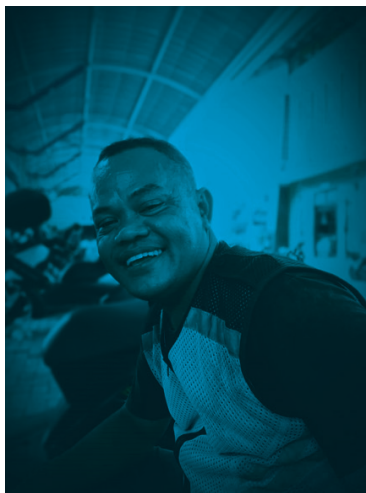


Foto seorang tukang parkir pasar tradisional

(Dok. Imam Prawoto)

Membuat fotografi portrait memang menjadi satu tantangan yang menarik. Karena tidak hanya semata-mata materi tentang wajah dan seseorang, namun memiliki tugas yang lebih berat yaitu menyampaikan sebuah cerita atau narasi dimana narasi tersebut memiliki makna atau arti bagi pemirsa yang menikmatinya. Hal ini tidak mudah, apalagi bagi mereka-mereka yang menganggap bahwa fotografi semata-mata adalah proses menangkap gambar atau momen yang menarik secara visual saja.

Penutup

Lebih jauh fotografi portrait suatu ranah fotografi, bisa dikaji lebih dalam dimana setiap orang bisa menemukan hal-hal yang lebih mendalam mengenai persoalan politik, budaya, ekonomi, pribadi, maupun emosi-emosi yang mendalam tentang pengorbanan, perjuangan, nasionalisme dan hal-hal baru yang bisa ditawarkan melalui sebuah fotografi portrait. Karena itu fotografi portrait tidak bisa dipandang sebelah mata atau hanya dianggap sebagai semata-mata fotografi tentang wajah. Lebih luas dari itu fotografi portrait menawarkan suatu metoda untuk menyajikan hal-hal baru, yang menyangkut persoalan kesadaran, pembaharuan, ataupun pencerahan bagi para penikmatnya.



Foto seorang remaja yang harus bekerja di pabrik batu bata

(Dok. Imam Prawoto)

Bagi para fotografer yang ingin mendalami foto portrait, harus memahami bahwa foto potret ini ada sesuatu yang unik. Bagaimanapun subjek yang difoto, dapat mewakili konsep-konsep dan narasi-narasi besar yang mungkin tidak bisa ditangkap oleh fotografi jenis lain. Memotret fotografi portrait layaknya memotret kehidupan, yang memerlukan penghayatan, pemahaman dan empati yang tidak bisa dimiliki tanpa ketulusan dan kerelaan untuk menerima kehidupan itu sendiri

Daftar Pustaka

Argus FS, *Fotografi Portrait; Identitas dan Narasi Budaya* arsip catatan pameran tunggal Farhan Adityasmara “EGO: SELF DEFENSE MECHANISM” di Jogja Gallery, Yogyakarta 2012. <https://artspace.id/2018/03/15/fotografi-portrait-identitas-dan-narasi-budaya-karya-farhan-adityasmara/>

_____. 13 Jenis-jenis Fotografi & Genre Populer Fotografer. *https://www.pixel.web.id/jenis-jenis-fotografi/*

Semiotika Atribut Sebagai Pesan Komunikasi: Studi Kasus Atribut Ibu Anggota DPR RI Dominikus Tulasi. *Jurnal Humaniora*, Vol. 5 No. 2 (2014).

Restu, *Story Telling: Pengertian, Fungsi, Manfaat Struktur, dan Prosesnya*. <https://www.gramedia.com/best-seller/story-telling/> *bersal*

Fitno Khaizan. *Fungsi Fotografi Dan Manfaat Fotografi Bagi Kehidupan*. <https://emptyphotoproject.com/fungsi-fotografi/> *vietnam VS thailand*

<https://kbbi.kata.web.id/atribut/>

Resolusi Konflik dan Motivasi Berdaya Masyarakat Puton, Bantul

Nuryanti

Puton merupakan salah dari tiga pedukuhan yang ada di Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Jetis, Bantul. Daerah ini masuk dalam kategori parah sebagai akibat gempa bumi yang mengguncang Yogyakarta Mei 2006 silam. Ada 19 orang meninggal dunia dan sekitar 96 persen rumah penduduk mengalami kerusakan yang mengharuskan warga untuk tinggal di tenda pengungsian selama tiga bulan. Sebagian warga ada yang mengungsi ke rumah kerabatannya dan sebagian besar lagi memilih bertahan untuk bangkit membangun kembali desanya.

Dalam waktu kurang dari dua tahun kondisi desa telah berhasil direkonstruksi. Selain memperoleh dana dari pemerintah sebanyak 15 juta per KK juga memperoleh dana bantuan dari pihak lain. Dengan dukungan dana tersebut warga dapat dengan mudah melakukan pemulihan oleh karena sebagian besar warga Puton memiliki keterampilan pertukangan. Namun yang paling penting dari faktor keberhasilannya terutama disebabkan oleh pengaruh sosial, yaitu kegotong-royongan dan adanya harapan untuk lebih baik. Sehingga muncul motivasi untuk segera bangkit dari keterpurukan.

Benar saja, dengan semangat untuk mandiri menuju kehidupan sosial ekonomi yang lebih baik, warga desa Puton dapat menjadi ma-

syarakat yang utuh dan dinamis kembali. Mereka hanya butuh waktu paling lama 2 tahun untuk berbenah diri. Setelah itu mereka melesat tumbuh menjadi desa yang maju mengejar ketertinggalan dari desa yang lain. Perubahan itu bermula tahun 2008, dimana Pak Dukuh baru terpilih. Sosok muda yang gesit dan berpikiran progresif mengubah desa Puton menjadi desa yang berdaya.

Selang waktu 2008-2009 adalah waktu yang tepat untuk maju, Karena tahun ini pula dicanangkan oleh pemerintah Bantul yang mewajibkan semua dukuh mempunyai pos daya. Tepat Juni 2009 pos daya Ontoseno berhasil didirikan di dukuh Puton yang dibidani oleh Bu Soraya (bu dukuh) dan tentunya didukung oleh warga Puton sendiri. Tak menyia-nyiakan momentum, Bu Soraya dan warga desa sepakat mencanangkan diri sebagai Desa Wisata.

Dengan obyek wisata watu ngelak dan pemancingan mereka mulai mengenalkan dukuh Puton. Banyak turis asing juga yang ikut menikmati desa wisata Puton, bahkan diantaranya ikut mensupport langsung keberlangsungan desa wisata Puton. Beberapa pengembang juga dilakukan sebagai progres keberadaan desa wisata. Diantaranya program sengonisasi, penghijauan, jeruk pecel dan durian. Semua program ini diharapkan bisa menjadi ciri khas desa wisata Puton.

Keberhasilan Puton ini tak lepas dari banyak faktor, baik dari internal maupun eksternal. Faktor utama yang dapat menjadi pendorong adalah pengaruh sosial masyarakat Puton sendiri. Sama-sama menderita karena bencana membuat mereka semakin terikat kuat dengan sesama warga. Selain itu munculnya harapan untuk segera pulih dari kerugian materi maupun mental menjadikan mereka semakin termotivasi lagi untuk maju dan lebih baik dari hari kemarin.

Pembangunan infrastruktur juga terus dilaksanakan di Puton. Tahun 2010 kemarin jalan mulai di aspal. Hal ini sangat membantu memfasilitasi kelancaran transportasi di Puton. Namun hambatan dan

ujian selalu menyertai dinamika perkembangan dukuh Puton ini, pada oktober 2010 datang musibah banjir yang menerpa kali opak. Warga menghentikan sejenak aktivitas pariwisata karena banyak gazebo-gazebo pemancingan yang mengalami kerusakan.

Tak sampai disitu tahun 2011, vulkanik dan material hasil letusan Gunung Merapi kembali menghantam kali opak dan berhasil meluluh lantakkan gazebo pemancingan di sepanjang kali. Karena musibah ini, total aktivitas dihentikan karena ada peringatan dari Pemerintah bahwa wilayah Puton termasuk rawan bencana.

Namun semangat warga tak surut karena masalah ini. Mereka justru mencanangkan tahun 2011 sebagai kampung hijau dan kampung budaya. Pengelolaan sampah menjadi barang bermanfaat mulai digerakkan, dan produknya sudah mulai dipasarkan. Limbah plastik yang susah hancur mereka kreatifkan menjadi beraneka ragam produk yang bermanfaat, seperti tas, tempat sepatu, map, tutup kulkas dan sebagainya.

Keberhasilan dukuh Puton dalam mengelola sumber daya manusia sehingga menciptakan prestasi sebagai dukuh percontohan adalah bukti nyata bahwa semangat untuk berubah dapat menjadi kekuatan untuk berprestasi. Prestasi yang diperoleh diantaranya adalah terjalinnya kerjasama dengan berbagai pihak, baik akademisi, LSM, Pemerintah Daerah, dan masyarakat umum lainnya. Bahkan telah menjalin kerja dengan salah satu Universitas di Korea, dan beberapa LSM dari Belanda dan negara lainnya. Infra struktur mulai diperhatikan oleh pemerintah daerah dan memberikan beberapa bantuan untuk pembungaan desa. Selain itu pedukuhan ini juga telah memiliki kunjungan tetap dari perjalanan wisata yang diperkirakan mencapai kurang lebih 100 orang perbulannya.

Kerja sama yang terjalin dengan pihak perguruan tinggi dan LSM di luar negeri tidak lepas dari pengaruh tokoh penggerak masyarakat

mereka yaitu ibu Soraya Isfandiari yang juga istri dari Ketua pedukuhan Puton. Ibu Soraya merupakan alumni S2 perguruan tinggi di Belanda yang kebetulan menyusun tesis tentang modal sosial. Dengan demikian jaringan melalui pertemanan yang ia miliki dimanfaatkannya untuk mendapatkan bantuan. Ia sebenarnya memiliki potensi untuk mendapatkan hidup yang lebih baik dari pekerjaannya sebagai pegawai negeri di lingkup kementerian pertanian di Jakarta, namun karena keinginannya untuk membangun daerahnya begitu besar sehingga lebih memilih pindah dan menetap di Pedukuhan Puton.

Tingginya kunjungan masyarakat ke pedukuhan Puton untuk tujuan wisata maupun untuk melakukan studi pengembangan desa dianggap warga sebagai berkah. Meningkatnya kunjungan berbanding lurus dengan peningkatan ekonomi rakyat karena beberapa hasil kerajinan industri rumah tangga (*home industry*) akan semakin laris. Pengetahuan dan keterampilan warga semakin bertambah oleh seringnya kunjungan dari pihak universitas untuk melakukan kajian maupun upaya pemberdayaan. Pencapaian yang bisa diukur adalah angka kemiskinan di Pedukuhan Puton menurun hingga 50%, dari sebanyak 60 KK menjadi 30 KK.

Pada tahun 2020 puton, semakin maju dan berkembang. Beberapa kesenian dan budaya desa Puton seperti karawitan, Gejog Lesung, Wayang kulit, tari tradisional, dan kethoprak remaja menjadi daya tarik tersendiri. Kemudian ada arung Kali Opak, belajar mengenai peternakan dan perikanan, pemancingan, serta camping ground. Sedangkan untuk Kerajinan yang dimiliki oleh Dusun puton adalah kerajinan kayu, pahat batu, batik, seni lukis, sudi takir, dan kerajinan gedebog pisang (<https://visitingjogja.jogjaprovo.go.id/26194/desa-wisata-puton>)

Oleh karena pentingnya memahami dinamika di Pedukuhan Puton sebagai bentuk kelompok sosial (*social group*) yang saling mempengaruhi dalam kehidupan sosial, maka penulis anggap penting untuk

membahas konflik dan resolusi konflik serta motivasi untuk pencapaian yang lebih baik dan keberlanjutan program semakin baik dimasa yang akan datang.

Teori Konflik dan Resolusi Konflik

Konflik adalah sesuatu yang pasti terjadi dalam hubungan manusia, baik itu hubungan antar individu sebagai pribadi maupun individu sebagai anggota kelompok. Kelompok adalah kumpulan dari dua orang atau lebih yang memunyai tujuan yang sama, Organisasi atau kelompok diartikan sebagai suatu sistem terdiri dari komponen-komponen (subsistem) yang saling berkaitan atau saling tergantung (*interdependence*) satu sama lain dan dalam proses kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu (Kast dan Rosenzweig, 1974). Pada kenyataannya pada saat proses bekerjasama antar anggota muncul ketidaksepahaman.

Sama halnya dengan apa yang dikatakan oleh Gibson, *et al.* (1997:437), selain dapat menciptakan kerjasama, hubungan saling tergantung dapat pula melahirkan konflik. Hal ini terjadi jika masing-masing komponen organisasi memiliki kepentingan atau tujuan sendiri-sendiri dan tidak saling bekerjasama satu sama lain. konflik kepentingan terjadi karena tindakan anggota kelompok atau seseorang mengganggu, melukai orang lain untuk meraih keuntungan yang maksimal untuk dirinya sendiri (Deutsch, 1973 dalam Johnson&Johnson, 2000).

Jika diuraikan dengan singkat sebenarnya konflik kepentingan terjadi karena hal,tiga pertama, karena perbedaan keinginan, kebutuhan, tujuan dan nilai-nilai,. Kedua, karena kelangkaan sumber daya tertentu, seperti power, pengaruh, uang, waktu, popularitas, posisi dan yang ketiga konflik terjadi karena adanya persaingan.

Menurut Robbins (1996), konflik muncul karena ada kondisi yang melatarbelakanginya (*antecedent conditions*). Kondisi tersebut, yang disebut juga sebagai sumber terjadinya konflik, terdiri dari tiga kategori, yaitu: komunikasi, struktur, dan variabel pribadi.

1. *Komunikasi*. Komunikasi yang buruk, dalam arti komunikasi yang menimbulkan kesalahpahaman antara pihak-pihak yang terlibat, dapat menjadi sumber konflik. Suatu hasil penelitian menunjukkan bahwa kesulitan semantik, pertukaran informasi yang tidak cukup, dan gangguan dalam saluran komunikasi merupakan penghalang terhadap komunikasi dan menjadi kondisi anteseden untuk terciptanya konflik.
2. *Struktur*. Istilah struktur dalam konteks ini digunakan dalam artian yang mencakup: ukuran (kelompok), derajat spesialisasi yang diberikan kepada anggota kelompok, kejelasan yurisdiksi (wilayah kerja), kecocokan antara tujuan anggota dengan tujuan kelompok, gaya kepemimpinan, sistem imbalan, dan derajat ketergantungan antara kelompok. Penelitian menunjukkan bahwa ukuran kelompok dan derajat spesialisasi merupakan variabel yang mendorong terjadinya konflik. Makin besar kelompok, dan makin terspesialisasi kegiatannya, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya konflik.
3. *Faktor Pribadi*. Penyebab konflik lainnya yang potensial adalah faktor pribadi, yang meliputi: sistem nilai yang dimiliki tiap-tiap individu, karakteristik kepribadian yang menyebabkan individu memiliki keunikan (*idiosyncrasies*) dan berbeda dengan individu yang lain. Kenyataan menunjukkan bahwa tipe kepribadian tertentu, misalnya, individu yang sangat otoriter, dogmatik, dan menghargai rendah orang lain, merupakan sumber konflik yang potensial

Resolusi Konflik

Ketika konflik sudah ada di depan mata, maka pilihan yang paling tepat adalah menyelesaikannya. Ada beberapa strategi yang dapat diambil untuk menyelesaikan konflik yang terjadi. Strategi yang diambil oleh masing-masing kelompok tentunya bisa berbeda, disesuaikan dengan kondisi kelompok. Dalam buku Johnson & Johnson (2000), ada 5 strategi dasar yang dapat diterapkan dalam menyelesaikan konflik. Kelima strategi tersebut adalah :

- *The owl (problem solving negotiations) atau collaborating*
Masing-masing pihak ingin saling memuaskan kepentingan kedua belah pihak (*win-win approach*).
- *The Teddy bear (smoothing) atau accomodating*
Menempatkan kepentingan lawan dibanding kepentingan sendiri.
- *The shark (forcing or win-lose negotiations)*
Menggunakan otoritas kekuasaan, *rewards and punishment*.
- *The fox (compromising)*
Masing-masing pihak saling *share*, tukar pendapat, (tidak ada pemenang dan pecundang), seseorang mampu menghargai orang lain dg saling menyerahkan sesuatu.
- *The turtle (withdrawing) or avoiding*
Suatu pihak merasakan adanya konflik menarik diri / mendiamkan konflik.

Apa yang disampaikan Johnson & Johnson (2000) di atas senada dengan Kreitner dan Kinicki (1995), menurutnya dalam mengelola konflik ada 5 *style* antara lain:

- a. *Integrating* (Problem Solving). Dalam gaya ini pihak-pihak yang berkepentingan secara bersama-sama mengidentifikasi masalah yang dihadapi, kemudian mencari, mempertimbangkan

dan memilih solusi alternatif pemecahan masalah. Gaya ini cocok untuk memecahkan isu-isu kompleks yang disebabkan oleh salah paham (*misunderstanding*), tetapi tidak sesuai untuk memecahkan masalah yang terjadi karena sistem nilai yang berbeda. Kelemahan utamanya adalah memerlukan waktu yang lama dalam penyelesaian masalah.

- b. *Obliging (Smoothing)*. Seseorang yang bergaya obliging lebih memusatkan perhatian pada upaya untuk memuaskan pihak lain daripada diri sendiri. Gaya ini sering pula disebut *smoothing* (*melicinkan*), karena berupaya mengurangi perbedaan-perbedaan dan menekankan pada persamaan atau kebersamaan di antara pihak-pihak yang terlibat. Kekuatan strategi ini terletak pada upaya untuk mendorong terjadinya kerjasama. Kelemahannya, penyelesaian bersifat sementara dan tidak menyentuh masalah pokok yang ingin dipecahkan.
- c. *Dominating (Forcing)*. Orientasi pada diri sendiri yang tinggi, dan rendahnya kepedulian terhadap kepentingan orang lain, mendorong seseorang untuk menggunakan taktik “saya menang, kamu kalah”. Gaya ini sering disebut memaksa (*forcing*) karena menggunakan legalitas formal dalam menyelesaikan masalah. Gaya ini cocok digunakan jika cara-cara yang tidak populer hendak diterapkan dalam penyelesaian masalah, masalah yang dipecahkan tidak terlalu penting, dan waktu untuk mengambil keputusan sudah mepet. Tetapi tidak cocok untuk menangani masalah yang menghendaki partisipasi dari mereka yang terlibat. Kekuatan utama gaya ini terletak pada minimalnya waktu yang diperlukan. Kelemahannya, sering menimbulkan kejengkelan atau rasa berat hati untuk menerima keputusan oleh mereka yang terlibat.
- d. *Avoiding*. Taktik menghindar (*avoiding*) cocok digunakan untuk menyelesaikan masalah yang sepele atau remeh, atau jika biaya

yang harus dikeluarkan untuk konfrontasi jauh lebih besar daripada keuntungan yang akan diperoleh. Gaya ini tidak cocok untuk menyelesaikan masalah-malasan yang sulit atau “buruk”. Kekuatan dari strategi penghindaran adalah jika kita menghadapi situasi yang membingungkan atau mendua (*ambiguous situations*), sedangkan kelemahannya, penyelesaian masalah hanya bersifat sementara dan tidak menyelesaikan pokok masalah.

- e. *Compromising*. Gaya ini menempatkan seseorang pada posisi moderat, yang secara seimbang memadukan antara kepentingan sendiri dan kepentingan orang lain. Ini merupakan pendekatan saling memberi dan menerima (*give-and-take approach*) dari pihak-pihak yang terlibat. Kompromi cocok digunakan untuk menangani masalah yang melibatkan pihak-pihak yang memiliki tujuan berbeda tetapi memiliki kekuatan yang sama. Misalnya, dalam negosiasi kontrak antara buruh dan majikan. Kekuatan utama dari kompromi adalah pada prosesnya yang demokratis dan tidak ada pihak yang merasa dikalahkan. Tetapi penyelesaian konflik kadang bersifat sementara dan mencegah munculnya kreativitas dalam penyelesaian masalah.

Konflik

Nilai-nilai kebersamaan khas desa tradisional Jawa masih terpelihara dengan baik hingga sekarang. Walaupun demikian tetap saja ada beberapa ‘oknum’ anggota masyarakat yang belum dapat berpartisipasi maksimal dalam setiap kegiatan yang diadakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dukuh, penulis mencatat konflik apa saja yang terjadi ketika Desa Puton hendak dijadikan Desa Wisata, yaitu :

1. Menempatkan Puton sebagai tujuan wisata berarti membuka peluang atau melegalkan aktifitas maksiat.

2. Mengubah Puton dari kampung agraris menjadi kampung wisata berarti pemborosan dan investasi yang beresiko tinggi
3. Adanya pihak-pihak oposisi karena tidak masuk dalam struktur pemerintahan dusun
4. Adanya dominasi keluarga kepala dusun dalam setiap pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Dukuh, penulis berhasil mencatat bahwa jumlah *'breaking role'* tersebut tidak terlalu banyak. Diantaranya adalah pemimpin agama. Mereka menganggap bahwa, kehadiran wisata asing ke daerah mereka dengan membawa budaya baru, mau tidak mau akan menimbulkan kekhawatiran tentang menularnya budaya buruk itu ke masyarakat.

Menurut Pak Dukuh, memang suatu waktu pernah terjadi kesalahan dalam hal menerima tamu asing. Pak Dukuh mengakui itu sebagai keteledoran. Waktu itu, ada beberapa tamu asing menginap beberapa hari di Puton dengan budaya yang tidak sopan. Setelah ditelusuri ternyata mereka bukan tamu yang masuk melalui *screening* Universitas.

Setelah kejadian itu da nada protes dari tokoh agama dan masyarakat, Pak Dukuh lalu mengubah atau memperketat kebijakan tentang mekanisme masuknya wisatawan asing atau peneliti ke Desa Puton.

Resolusi Konflik

Menurut Pak Dukuh, kondisi saat itu lumayan tegang. Dimana protes atau penolakan untuk menjadikan Puton sebagai Desa Wisata cukup mencuat. Tetapi langkah strategis langsung ditempuh oleh Pak Dukuh untuk menyelesaikan konflik yang terjadi. Hal yang dilakukan

oleh Pak Dukuh pertama kali adalah emngumpulkan para tokoh masyarakat baik yang pro maupun kontra terhadap konsep desa wisata.

Dengan suasana kekeluargaan, rapat atau rembukan santai dipimpin oleh Pak Dukuh untuk mencari jalan keluar. Dalam rembukan itu Pak Dukuh menawarkan solusi yaitu menegaskan kembali bahwa Puton adalah desa wisata yang bermartabat, yang menjunjung tinggi nilai agama dan budaya Indonesia terutama Jawa. Jadi setiap tamu yang masuk harus menghormati adat istiadat Jawa.

Sedangkan untuk mekanisme penerimaan tamu, Pak Dukuh mengusulkan untuk mengambil satu pintu yaitu screening melalui Universitas yang sudah menjalin kerjasama dengan Puton, salah satunya Universitas Gadjah Mada. Jadi setiap tamu yang masuk ke Desa wisata Puton harus sepengetahuan dan persetujuan dari salah satu Universitas yang bekerjasama.

Fenomena di atas sejalan dengan yang diungkapkan Jeffrey Z. Rubin yang mendefinisikan konflik sebagai sebuah perbedaan dan benturan kepentingan atau sebuah kepercayaan yang cukup tajam dan fundamental antara dua pihak dimana aspirasi diantara keduanya secara simultan selalu berbeda satu sama lain (Jeffrey Z. Rubin, 1994). Satu pihak memandang aktifitas pariwisata sebagai jalan menuju kemaksiatan sementara di sisi lain sebagain warga dan elit dusun melit pariwisata sebagai komiditi potensial yang akan membawa banyak keuntungan bagi masyarakat.

Perbedaan visi ini sesungguhnya masih dapat diselesaikan sepanjang setiap pihak mampu mengevaluasi diri menurut Jeffrey Z. Rubin melakukan redefinisikan substansi konflik dari sebuah perbedaan dan benturan kepentingan menjadi sebuah pemahaman dan laing pengertian atas perbedaan tersebut secara simultan akan membuka jalan bagi penyelesaian konflik (Jeffrey Z. Rubin, 1994).

Motivasi

Hambatan yang datang silih berganti menerpa pos daya Puton ini, namun ternyata kader dan warga mampu melewati semuanya. Hal ini dikarenakan adanya motivasi yang kuat untuk sama-sama menuju kepada kondisi yang lebih baik. Karena motivasi ini jugalah, Puton banyak mendapatkan penghargaan dan bertahan menjadi desa wisata.

Selain itu motivasi yang datang dari Pemerintah juga cukup kuat. Bantuan yang diberikan pemerintah dan perhatian terhadap pembangunan infrastruktur di Puton banyak memberikan motivasi kepada masyarakat untuk terus menerus berkarya. Selain dari pemerintah, motivasi juga datang dari LSM yang terus memantau dan membantu keberlangsungan usaha-usaha yang sudah berjalan di Puton.

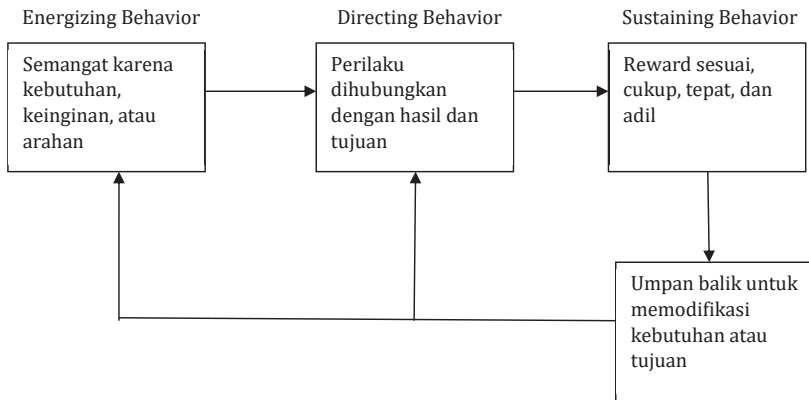
Pelatihan-pelatihan yang diberikan LSM dan mahasiswa dari universitas-universitas yang memantau dinamika kelompok dukuh Puton cukup memberikan gairah baru kepada warga untuk berkarya dan mengaplikasikan hasil pelatihan yang mereka dapatkan. Peran motivator yang lain yang cukup berperan adalah dorongan semangat dari ketua pos daya Ontoseno, bu soraya. Dengan segala ilmu dan pengalamannya, Bu Soraya terus-menerus memotivasi masyarakat untuk terus bergerak.

Motivasi Berdaya Warga Puton

Merujuk pada buku Umstot, *Understanding Organizational Behavior* dijelaskan bahwa motivasi adalah proses yang mengakibatkan suatu perilaku menjadi lebih bersemangat, lebih terarah, dan juga lebih berkelanjutan. Perilaku yang bersemangat biasanya diakibatkan oleh adanya suatu kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi. Contohnya kebutuhan akan uang, kenaikan pangkat, tantangan, dan lain-lain.

Ketika seseorang sudah mulai bersemangat, perilaku mereka harus diarahkan kepada cara tertentu sehingga tepat sasaran (guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya).

Hal ini memberi energi perilaku yang berkaitan dengan tujuan dan hasil, dan didukung dengan memberikan penghargaan dan balasan kepada pekerja tersebut. Hal tersebut perlu dilakukan karena kita ingin performa baik pekerja kita tetap terjaga. Bagan berikut akan menunjukkan model dalam proses motivasi.



Gambar 1.1. Motivasi dan kinerja

Dikaitkan dengan kondisi masyarakat dukuh Puton, motivasi masyarakat Puton datang karena kebutuhan mereka yang awalnya tidak atau belum terpenuhi. Masyarakat menginginkan kehidupan yang lebih berdaya, karena sebelumnya mereka terpuruk akibat gempa bumi. Kehilangan harta benda membuat mereka tidak mempunyai sesuatu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini yang menjadi pemicu munculnya motivasi untuk berdaya dari warga Puton.

Salah satu teori motivasi yang cukup populer adalah dari Alderfer dengan teori ERG nya. Teori ini menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan manusia tidak selalu bertingkat tapi sesuai mana dulu yang bisa dipenuhi. ERG disini adalah E (keberadaan atau *Existence*), R (Hubungan atau *Relatedness*), dan G (Perkembangan atau *Growth*), yang dikenal dengan teori ERG. Kebutuhan fisiologi dan keamanan dikombinasikan menjadi E (*Existence*), esteem dan aktualisasi diri dikombinasikan menjadi G (*Growth*) (Umstot dalam Harihadi(2011)).

Warga Puton mempunyai kebutuhan untuk tetap diakui keberadaan mereka, hubungan yang baik antara warga juga menjadi kebutuhan dan yang pasti mereka juga butuh untuk berkembang menjadi desa wisata yang terkenal. Kebutuhan inilah yang memicu munculnya motivasi untuk terus menerus memberdayakan diri. Sehingga suatu saat tujuan mereka untuk menjadi desa wisata yang dikenal di skala nasional dan internasional bisa terwujud.

Jika ditelaah dari teori, maka dalam menyelesaikan konflik Pak Dukuh Puton menggunakan win win solution compromising, dimana masing-masing pihak merasa diterima dan diakomodasi semua kepentingannya. Pemuka agama dan masyarakat masing-masing mendapatkan kondisi yang ideal, artinya mereka dapat memajukan Puton sebagai desa wisata dengan tanpa harus khawatir kehilangan budaya luhur, karena masing-masing pendatang harus menyesuaikan dengan budaya di Puton.

Daftar Pustaka

Gibson, James L. *et al.* 1977. *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*. Alih bahasa oleh Adriani. Binarupa Aksara. Jakarta

Hariadi, S.S. 2011. *Dinamika Kelompok (Teori dan Aplikasinya untuk Analisis Keberhasilan Kelompok Tani sebagai Unit Belajar, Kerjasama, Produksi, dan Bisnis)*. Penerbit Gajah Mada. Yogyakarta.

Jogjapro. 2020. Desa Wisata Puton dapat diakses melalui <https://visitingjogja.jogjapro.go.id/26194/desa-wisata-puton> pada 27 November 2022

Johnson, David & Johnson, Frank. 2014 . *Joining Together : Group Theory and Group Skills*. Eleventh edition .British Library Cataloguing-in-Publication Data. USA

Kreitner, R dan Kinicki, A.1995. *Organizational Behavior*. Chicago : Irwin

Umstot, D.D. 1988. *Understanding Organizational Behavior*. West Publishing Company. New York.

Robbins, Stephen. 1996. *Organizational Behavior : Concept, Controversies, And Applications*. USA : Prentice-Hall International Edition

Rubin, J. Z., Pruitt, D. G., & Kim, S. H. (1994). (2nd ed.). *Mcgraw-Hill Book Company*.

