

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan bagian tak terpisahkan dalam hidup manusia. Mereka yang menekuni dunia komunikasi, pasti memahami bahwa manusia tidak bisa tidak berkomunikasi. Melalui komunikasi, manusia mengeksplorasi, belajar, menemukan, dan mencapai pemahaman yang lebih baik mengenai dunia. Relasi, masyarakat, dan berbagai norma maupun budaya dibangun melalui komunikasi. Komunikasi menjadi bagian keseharian dalam hidup manusia. Ketika kita bicara tentang komunikasi, orang-orang acapkali berasumsi bahwa mereka tahu banyak tentang komunikasi, seolah-olah bahwa komunikasi terjadi serta merta begitu saja, padahal belum tentu demikian.

Ada banyak pengertian komunikasi. Namun demikian, pada dasarnya komunikasi dimengerti sebagai proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol untuk mengembangkan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungannya (West dan Turner, 2007:5). Komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk saling memahami satu sama lain, bahkan ketika pesan yang disampaikan mengandung ambiguitas. Sebagai suatu proses sosial komunikasi membawa sifat dinamis, kompleks, dan perubahan berkesinambungan yang menjadikan setiap bentuk komunikasi unik.

Komunikasi dilakukan dengan beragam tujuan, antara lain untuk berelasi dengan orang lain, mempelajari atau mengajarkan sesuatu, mengungkapkan perasaan, memberikan gambaran tentang sesuatu, menurunkan ketegangan dan menyelesaikan konflik, serta untuk memengaruhi cara berpikir, sikap, dan tindakan seseorang atau sekelompok orang. Uchjana (Uchjana, 2002:50) dalam definisinya mengenai komunikasi menekankan bahwa pada dasarnya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, dan perilaku orang lain. Carl I. Hovland (dalam Uchjana, 2002:49) mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (stimuli) informasi (biasanya berupa simbol verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan).

Dari definisi komunikasi tersebut, dapat kita lihat bahwa pada dasarnya komunikasi bersifat informatif dalam artian komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan atau informasi. Informasi inilah yang memungkinkan manusia terus mengembangkan dirinya dengan mengeksplorasi, belajar, mencari, menemukan, serta mencapai pemahaman yang lebih baik tentang dunia. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa komunikasi memungkinkan manusia belajar tentang dunia. Persis di sinilah komunikasi mengambil peran vital dalam edukasi.

Edukasi atau pendidikan secara umum dimengerti sebagai proses, cara, perbuatan mendidik, proses perubahan sikap dan tata laku seseorang

atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005:263). Secara etimologis, kata edukasi berasal dari bahasa Latin, *educere (to lead out)* yang berarti membawa keluar, mengeluarkan. Menurut Socrates, edukasi merupakan proses mengaktualisasikan potensi seseorang. Seperti pernah dikatakan oleh Socrates sendiri: *I can not teach anybody anything; I can only make them think*. Ungkapan ini mau menegaskan bahwa esensi edukasi atau pendidikan adalah mengembangkan pemikiran, meningkatkan kecerdasan, dan mempersenjatai orang untuk menghadapi realitas sehingga ia dapat hidup secara mandiri.

Sebagaimana dikatakan oleh John Dewey (dalam Jalaluddin dan Idi, 2011:7-8), edukasi bukan sekedar proses mengalihkan pengetahuan, pengalaman, kecakapan, dan ketrampilan dari pendidik kepada peserta didik, melainkan proses pembentukan kemampuan dasar yang fundamental, upaya menyeimbangkan daya pikir (intelektual) dan daya rasa (emosi) manusia. Edukasi atau pendidikan mencakup upaya pengembangan potensi dalam diri peserta didik. Adapun potensi seseorang hanya dapat dikembangkan melalui interaksinya dengan orang lain dan dengan lingkungannya. Dengan kata lain, potensi seseorang hanya dapat dikenali dan dikembangkan melalui komunikasi. Di sinilah peran penyuluhan sebagai komunikasi informasi yang dilakukan secara terencana dalam rangkaian upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap seseorang atau komunitas tertentu.

Secara umum, penyuluhan dimengerti sebagai proses, cara, perbuatan memberi petunjuk dan penjelasan dalam rentang waktu tertentu. Penyuluhan juga bisa dipandang sebagai suatu bentuk pendidikan bagi orang dewasa. A.W. Van den Ban dan H.S. Hawkins (Anonim, 2010:2) menyatakan bahwa penyuluhan merupakan keterlibatan seseorang untuk melakukan komunikasi informasi secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya memberikan pendapat sehingga bisa membuat keputusan yang tepat.

Dalam bahasa Indonesia, penyuluhan berasal dari kata “suluh” yang berarti pemberi terang di tengah kegelapan. Istilah ini sejalan dengan istilah yang digunakan Belanda yaitu *voorlichting*, yang berarti “menerangi jalan di depan agar orang dapat menemukan jalannya sendiri”. Dengan kata lain, penyuluhan adalah upaya untuk membantu orang menemukan jalan keluar atas persoalan yang dihadapi (*enlightenment*) (Leeuwis, 2004:23).

Menurut Setiana (2005:2-3), penyuluhan juga bisa diartikan sebagai ilmu sosial yang mempelajari sistem dan proses perubahan pada individu serta masyarakat agar dapat terwujud perubahan ke arah lebih baik sesuai dengan yang diharapkan. Dalam hal ini, penyuluhan mengandung harapan akan munculnya individu atau masyarakat yang lebih berkembang dalam hal kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap.

Hakikat penyuluhan sebagai upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap pada dasarnya menunjukkan bahwa penyuluhan berkaitan erat dengan pembelajaran. Dalam proses pembelajaran ini, secara simultan terjadi proses-proses lain, yaitu proses komunikasi

persuasif, proses pemberdayaan, dan proses pertukaran informasi timbal balik.

Komunikasi persuasif dilakukan oleh penyuluh dalam kapasitasnya sebagai fasilitator yang membantu publik sasaran mencari pemecahan masalah berkaitan dengan perbaikan dan pengembangan hidup publik sasaran. Komunikasi ini sifatnya mengajak dengan menyajikan alternatif-alternatif pemecahan masalah, namun keputusan tetap di tangan publik sasaran.

Proses pemberdayaan adalah memberikan kuasa dan wewenang kepada publik sasaran, mendudukkannya sebagai subjek dalam proses pembangunan sehingga publik sasaran mempunyai kesempatan yang sama untuk berpartisipasi, mengakses teknologi, melakukan kontrol terhadap pengambilan keputusan, dan memperoleh manfaat nyata dari hasil pembelajaran. Adapun proses pertukaran informasi timbal balik antara penyuluh dengan publik sasaran dilakukan sebagai upaya pemecahan masalah berkaitan dengan perbaikan dan pengembangan publik sasaran.

Banyak ahli penyuluhan yang berpendapat bahwa suatu penyuluhan baru bisa dinyatakan berhasil apabila terjadi perubahan dalam diri penerima pesan. Hal ini sungguh tepat mengingat hakikat penyuluhan sebagai komunikasi informasi yang dilakukan secara terencana dalam rangkaian upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap seseorang atau komunitas tertentu. Namun demikian, dari uraian di atas, dapat kita lihat bahwa penyuluhan sendiri merupakan hal yang kompleks,

melibatkan berbagai unsur dari penyuluh maupun dari publik yang menjadi sasaran penyuluhan.

Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa keberhasilan penyuluhan memang tidak hanya bergantung pada kepiawaian penyuluh, tapi juga partisipasi aktif dari publik sasarnya. Penyuluhan tidak bisa dilakukan secara sembarangan dengan mengabaikan berbagai macam unsur yang terlibat di dalamnya. Perubahan pendapat, sikap, dan perilaku tidak akan terjadi begitu saja dengan penyuluhan asal-asalan apalagi tanpa persiapan. Guna memperbesar peluang keberhasilannya, penyuluh perlu menyusun strategi khusus dengan mempertimbangkan berbagai unsur dalam penyuluhan. Dengan kata lain, dibutuhkan perencanaan yang matang atau strategi komunikasi yang tepat agar suatu penyuluhan sukses.

Menurut Uchjana (2002:83-84), strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini ditegaskan pula oleh Arifin (1984:10) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah keseluruhan keputusan kondisional mengenai tindakan komunikasi yang akan dijalankan guna mencapai tujuan tertentu.

Strategi komunikasi dirumuskan dengan memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang ada sekarang dan yang kemungkinan terjadi di masa depan guna mencapai efektivitas komunikasi (Arifin, 1984:10-11). Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara komunikasi yang dilakukan secara sadar untuk menciptakan perubahan pada

diri khalayak dengan sasaran (*goals*) yang jelas. Dengan demikian, strategi komunikasi yang tepat mutlak diperlukan untuk keberhasilan kegiatan komunikasi apapun.

Sifat dasar komunikasi sebagai proses sosial yang unik membuat penyusunan strategi komunikasi menjadi tantangan dari waktu ke waktu. Organisasi yang ingin berkomunikasi secara efektif dengan publiknya dituntut untuk merumuskan strategi komunikasi yang tepat. Demikian pula halnya dengan organisasi yang bermaksud memberikan penyuluhan kepada masyarakat.

Penyuluhan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang secara spesifik bertujuan untuk mendidik, dalam artian mengembangkan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap publik tertentu, membutuhkan strategi komunikasi agar pesan yang ingin disampaikan benar-benar mengenai pada diri publik sasaran. Penelitian terkait strategi komunikasi suatu organisasi dalam penyuluhan tentang isu atau topik tertentu diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya strategi komunikasi dalam memperbesar peluang keberhasilan suatu penyuluhan.

Persoalan lingkungan sendiri merupakan topik yang tengah mengemuka, apalagi di tengah masyarakat kota yang belakangan ini dijejali dengan berbagai kampanye *go green* dan *back to nature*. Mereka yang relatif berpendidikan juga sudah tidak asing lagi dengan isu pemanasan global (*global warming*) beserta dampaknya bagi manusia maupun alam yang kini makin ramai diperbincangkan.

Mendapati persoalan lingkungan di perkotaan sepertinya jauh lebih nyata dan masuk akal daripada mendapati persoalan lingkungan di desa-desa. Pola pikir semacam ini membuat pesan-pesan peduli lingkungan yang selama ini dikumandangkan cenderung tidak relevan dengan masyarakat desa. Padahal desa-desa pun tidak luput dari kenyataan persoalan lingkungan yang semakin mendesak untuk diatasi, seperti penurunan debit air dari mata air-mata air pegunungan, kondisi air yang perlahan terkontaminasi bahan kimia dari ladang dan persawahan, sampah plastik yang menyumbat aliran air, sampai budaya masyarakat yang memaklumi sungai sebagai tempat pembuangan.

Masyarakat di sekitar Gubug Selo Merapi yang dalam kesehariannya mengakrabi air di sekitar mereka, melihat gejala-gejala menurunnya kualitas kehidupan yang menimbulkan kecemasan dalam diri masyarakat, yaitu penyusutan volume air di sungai-sungai yang berhulu di Gunung Merapi. Penyusutan volume air sungai ini menimbulkan masalah kekurangan air untuk keperluan irigasi lahan-lahan pertanian pada musim kemarau. Masyarakat juga mengamati mulai langkanya satwa air asli (lokal) Merapi sejak sepuluh tahun belakangan ini serta menurunnya tingkat kesuburan tanah yang berimbas pada penurunan kualitas hasil pertanian dan penurunan kesejahteraan penduduk yang hidup dari sektor pertanian.

Kegiatan yang tampak paling mencemaskan adalah eksploitasi pasir dan batuan Merapi tanpa memperhitungkan keseimbangan ekologi apalagi keadilan ekonomis bagi masyarakat lokal yang terkena imbasnya. Anggapan



bahwa pasir Merapi merupakan pasir dengan kualitas prima memicu pengerukan pasir besar-besaran, terutama di daerah beting-beting sungai. Pengerukan pasir secara masif dengan bantuan alat berat ini dilakukan setiap hari sambil mengabaikan dampak ekologis bagi lingkungan sekitar. Pada gilirannya, eksploitasi ini pun mengganggu keseimbangan hidup manusia sendiri dan kehidupan makhluk lainnya.

Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) sendiri merupakan organisasi yang memfokuskan gerakannya dalam bidang pemberdayaan masyarakat. Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) secara resmi lahir pada peringatan Hari Pangan Sedunia 2007 sebagai bentuk keprihatinan atas minimnya penghargaan manusia terhadap lingkungan alam yang notabene merupakan basis kehidupan. Kelahiran Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) ini merupakan inisiatif beberapa aktivis warga masyarakat yang dulunya tergabung dalam Gerakan Masyarakat Cinta Air (GMCA) dan sudah lebih awal bergerak dalam kampanye peduli lingkungan, menentang penambangan pasir Merapi secara masif menggunakan alat berat.

Dalam perjalanannya, Gerakan Masyarakat Cinta Air (GMCA) memilih untuk mengarahkan gerakannya ke luar, mengemban misi untuk menyuarakan suara dari akar rumput (masyarakat bawah) yang selama ini terbungkam ke dunia luar, sedangkan Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) memfokuskan geraknya ke dalam masyarakat lereng Merapi itu sendiri.

Pilihan Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) untuk memfokuskan gerakannya ke dalam masyarakat lereng Merapi sendiri didasarkan pada

pandangan bahwa masyarakat harus memiliki kekuatan untuk mengambil keputusan atas nasibnya sendiri. Kekuatan untuk memutuskan nasibnya sendiri ini hanya bisa didapat jika masyarakat telah “terbuka matanya” atau cukup terdidik sehingga bisa melihat permasalahan di lingkungannya dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Karena itulah, Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) melakukan rangkaian kegiatan yang mereka sebut sebagai komunikasi edukasi untuk pemberdayaan atau yang biasa disebut dengan *community development*.

Dalam perspektif pemberdayaan masyarakat (*community development*), penyuluhan dimaknai sebagai edukasi atau proses pemandirian komunitas, terkait bagaimana mengkonsolidasikan dan mendorong kapasitas masyarakat untuk mengambil aksi kolektif (Christenson dan Robinson, 1994:5). Komunikasi edukasi yang dimaksud oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) ini secara teoritik sama dengan penyuluhan pembangunan. Dikatakan demikian, karena “komunikasi edukasi” ini sesuai dengan karakter penyuluhan, yaitu penyebarluasan informasi dengan memberi penerangan/penjelasan dengan tujuan mengubah perilaku publik sasaran melalui pendidikan dan rekayasa sosial. Selanjutnya, dalam penelitian ini, “penyuluhan” akan digunakan sebagai padanan istilah “komunikasi edukasi” yang digunakan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi).

Berdasarkan uraian di atas, tampak bahwa persoalan yang dihadapi oleh warga masyarakat lereng Merapi tidak bisa dianggap sebagai persoalan sepele. Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) bukannya mengemban misi

yang mudah. Penyadaran masyarakat akan adanya persoalan-persoalan lingkungan yang semakin hari semakin mendesak untuk diatasi, bukanlah hal yang mudah.

Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Edukasi Pertanian Ramah Lingkungan di Gubug Selo Merapi” ini akan melihat bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dalam penyuluhan sikap peduli lingkungan, secara khusus dalam bidang pertanian, kepada masyarakat lereng Merapi.

Dengan penyuluhannya, Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) harus bisa meyakinkan masyarakat untuk “bangun”, membuka mata melihat persoalan, untuk kemudian memikirkan persoalan tersebut dan mengambil sikap serta tindakan tertentu sebagai upaya mengatasi persoalan-persoalan tersebut. Hal ini tidak bisa diperoleh secara instan dalam waktu singkat. Diperlukan upaya jangka panjang untuk meyakinkan masyarakat lereng Merapi agar mengambil tindakan kolektif yang diperlukan demi kebaikan komunitas mereka sendiri. Dalam hal ini, kapasitas Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) sebagai penyuluh yang menjadi fasilitator kunci perubahan masyarakat benar-benar ditantang.

Tahun 2012 ini, tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) memfokuskan geraknya dalam pertanian ramah lingkungan, pertanian *back to nature*. Pemilihan topik ini bertolak dari keprihatinan atas kehidupan para petani lereng Merapi. Hidup petani, yang notabene adalah “sumber pangan, pemberi hidup”, tidak juga mengalami perbaikan. Selain itu, petani yang

seharusnya berelasi dekat dengan alam, kini menggantungkan hidupnya pada bahan kimia yang meracuni alam hanya demi mendongkrak hasil pertanian. Padahal penggunaan bahan kimia berlebihan ini mengakibatkan penurunan kesuburan tanah dan akhirnya berimbas pada penurunan hasil pertanian.

Tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) melihat bahwa hal ini membuat petani tidak lagi hidup selaras dengan alam. Ada ketidakseimbangan: manusia mengeruk terus dari alam, tapi enggan memberi. Pada akhirnya, alam sampai pada titik jenuh, tingkat kesuburannya menurun, sehingga hasil pertanian juga menurun. Oleh karena itu, selama tahun 2012 ini, tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) memilih untuk memfokuskan kegiatannya dalam penyuluhan pertanian organik atau pertanian *back to nature* atau pertanian ramah lingkungan yang selaras dengan Merapi.

Keberhasilan penyuluhan pertanian ramah lingkungan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) akan membawa komunitas masyarakat di desa-desa lereng Merapi berkembang menjadi komunitas yang lebih baik. Namun ketika penyuluhan Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) gagal mengubah sikap dan perilaku masyarakat, yang dipertaruhkan tak lain adalah masa depan komunitas masyarakat lereng Merapi itu sendiri. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang disusun juga harus mempertimbangkan penyuluhan sebagai kunci pengembangan komunitas (*community development*). Guna memperbesar peluang keberhasilannya, Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) perlu menyusun strategi komunikasi yang relevan dengan masyarakat lereng Merapi itu sendiri.

Penelitian ini akan mencermati proses penyusunan dan penerapan strategi komunikasi yang digunakan oleh tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dalam penyuluhan pertanian kepada masyarakat lereng Merapi. Dari penelitian ini diharapkan lahir pengetahuan serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi yang secara khusus diterapkan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dalam penyuluhan pertanian ramah lingkungan kepada masyarakat lereng Merapi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan penyusunan dan penerapan strategi komunikasi bagi kelompok atau organisasi lain yang bermaksud melakukan penyuluhan kepada publik tertentu.

#### **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan pertanyaan berikut: “Bagaimanakah strategi penyuluhan pertanian ramah lingkungan yang diterapkan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi)?”

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dalam penyuluhan pertanian ramah lingkungan kepada masyarakat lereng Merapi.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan akademis mengenai strategi komunikasi penyuluhan dalam konteks *community development* oleh organisasi kepada publik tertentu.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini bisa memberikan masukan kepada Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) terkait strategi komunikasi edukasi atau penyuluhan. Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh kelompok atau organisasi lain sebagai acuan untuk menyusun strategi komunikasi dan melaksanakan penyuluhan kepada publik tertentu.

#### **E. Kerangka Teori**

Sejak awal terbentuknya, tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) telah memilih untuk memfokuskan gerakannya dalam ranah edukasi untuk pemberdayaan masyarakat. Menurut tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) sendiri, konsep edukasi untuk pemberdayaan masyarakat ini didasarkan pada pandangan bahwa masyarakat harus memiliki kekuatan untuk mengambil keputusan atas nasibnya sendiri. Kekuatan untuk memutuskan nasibnya sendiri ini hanya bisa didapat jika masyarakat sudah cukup terdidik sehingga bisa melihat permasalahan di lingkungannya dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Tim Edukasi Gubug Selo Merapi secara spesifik memilih melakukan rangkaian “komunikasi edukasi” sikap peduli lingkungan kepada masyarakat di desa-desa lereng Merapi untuk pengembangan masyarakat (*community development*). Adapun “komunikasi edukasi” yang dimaksud oleh tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) ini memiliki karakteristik yang sama dengan penyuluhan dalam konteks *community development*. Maka dari itu, selanjutnya dalam penelitian ini, “penyuluhan” akan digunakan sebagai padanan istilah “komunikasi edukasi”.

Dalam konteks *community development*, penyuluhan merupakan kunci penggerak perubahan dalam komunitas (*communication for change*). Penyuluhan berperan dalam *capacity building* (penguatan kapasitas), pengambilan keputusan, dan tindakan kolektif dalam komunitas. Penekanannya bukan semata pada dampak perubahan perilaku setelah penyuluhan dilakukan, melainkan lebih pada proses perubahan dalam komunitas yang terjadi seiring jalannya penyuluhan.

Dalam kerangka teori ini, akan dikemukakan teori tentang strategi komunikasi yang digunakan untuk penyuluhan pembangunan dalam konteks *community development*. Oleh karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penyuluhan dalam konteks *community development*, maka dalam kerangka teori berikut ini akan dipaparkan secara berurutan tentang *community development* sebagai konteks besar penelitian, baru kemudian dipaparkan konsep-konsep mengenai penyuluhan pembangunan, dilanjutkan dengan paparan konsep strategi komunikasi.

## 1. *Community Development*

Pengertian *community development* pada awalnya bertolak dari kesadaran bahwa suatu area, baik kota maupun pedesaan, bukan sekedar kumpulan bangunan, melainkan komunitas masyarakat yang menghadapi berbagai persoalan hidup dengan kapasitasnya masing-masing sebagai kesatuan (Phillips dan Pittman, 2009:3). Saat ini komunitas didefinisikan dengan beragam cara (Phillips dan Pittman, 2009:3-4), antara lain:

- a. Komunitas berdasarkan lokasi geografis (*place-based communities* atau *communities of place definitions*) adalah komunitas yang terbentuk karena adanya kedekatan fisik atau secara geografis tinggal berdekatan. Misalnya komunitas kota atau pedesaan.
- b. Komunitas menurut lingkup sosial adalah komunitas yang terbentuk karena beberapa orang terlibat dalam interaksi sosial pada waktu tertentu. Contohnya adalah sekelompok orang yang saling berbagi ruang obrolan (*chat rooms*) di internet.
- c. Komunitas kepentingan (*communities of interest definition*) terbentuk karena adanya kesamaan kepentingan, seperti serikat buruh/pekerja, asosiasi pengusaha nasional.

Tinjauan pustaka (*literature review*) yang dilakukan oleh Mattesich dan Monsey memperlihatkan betapa banyak dan beragamnya definisi komunitas itu sendiri. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

Komunitas adalah masyarakat yang hidup/tinggal di area geografis tertentu, memiliki ikatan sosial dan psikologis antara satu orang dengan orang lain sekaligus memiliki ikatan sosial-psikologis dengan tempat di mana mereka tinggal/hidup. (Mattesich dan Monsey, 2004:56)



Komunitas adalah sekelompok orang yang hidup berdekatan satu dengan yang lain, dipersatukan oleh kepentingan bersama dan bersedia saling membantu. (*US National Research Council 1975* dalam Mattesich dan Monsey, 2004:56)

Komunitas merupakan kombinasi dari unit sosial dan sistem yang menjalankan fungsi-fungsi sosial dan pengorganisasian berbagai aktivitas sosial. (Warren 1963 dalam Mattesich dan Monsey, 2004:57)

Definisi-definisi di atas pertama-tama menunjuk pada orang (*the people*) dan ikatan yang mempersatukan orang-orang tersebut, baru kemudian mengacu pada lokasi geografis. Hal ini menegaskan pentingnya manusia dan relasi antarmanusia. Tanpa manusia dan relasi atau ikatan yang menyatukannya baik dengan manusia lain maupun dengan tempat itu sendiri, suatu “komunitas” hanya sekedar koleksi bangunan dan jalan. Dalam konteks ini, pengembangan komunitas (*community development*) mengacu pada pengembangan manusia itu sendiri serta ikatan sosial-psikologis di antara mereka.

Pada dasarnya, *community development* dipandang sebagai proses edukasi, yaitu membekali warga masyarakat dengan kemampuan untuk mengenali persoalan dan mengatasi permasalahan di lingkungannya berdasarkan pengambilan kebijakan bersama (Long 1975 dalam Mattesich dan Monsey, 2004:58). *Community development* juga bisa dilihat sebagai pelibatan sumber daya masyarakat dalam rangkaian proses atau upaya mencapai perbaikan dalam beberapa aspek kehidupan komunitas. Rangkaian proses ini biasanya berisi tindakan-tindakan bersama yang dapat memperkuat relasi antarmanusia maupun relasi

institusional dalam tubuh komunitas itu sendiri (Ploch 1976 dalam Mattesich dan Monsey, 2004:59).

Proses yang disebut sebagai *community development* sendiri sesungguhnya melibatkan berbagai disiplin ilmu dalam praktiknya, antara lain sosiologi, ekonomi, sosial-politik, tata kota, geografi, dan sebagainya. Namun terkait proses pengembangan komunitas, kebanyakan ahli sepakat bahwa komunikasi adalah unsur vital penggerak perubahan (*communication for change*). Di sinilah penyuluhan berperan.

Tantangan pertama dan utama *community development* terletak pada proses menumbuhkembangkan kebersamaan untuk kemudian memutuskan aksi bersama yang akan dilakukan demi kebaikan komunitas itu sendiri. Dalam konteks ini, penyuluhan dapat digunakan untuk memengaruhi warga masyarakat agar mengadopsi cara berpikir, gagasan, sikap, dan perilaku yang mendukung proses pengembangan komunitas tersebut.

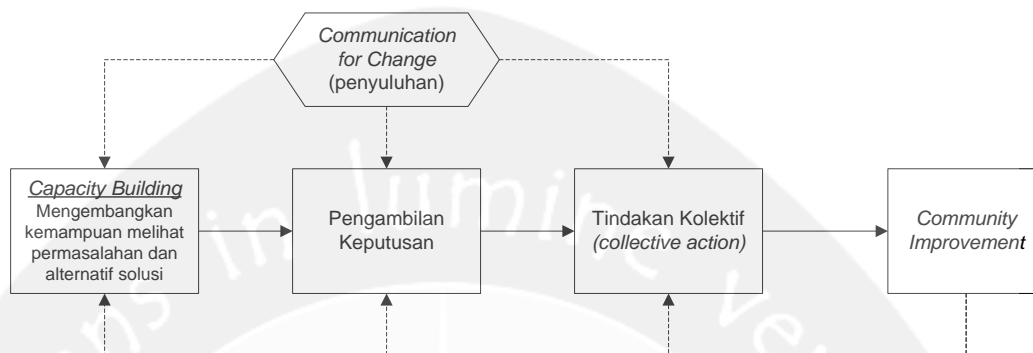
Penyuluhan yang dilakukan dengan tujuan untuk menggerakkan komunitas masyarakat pada dasarnya mensyaratkan partisipasi penuh, baik dari pihak penyuluh maupun dari komunitas masyarakat itu sendiri. Perubahan merupakan hasil kolaborasi antara pemberi pesan (penyuluh) dan publik sasaran. Dalam *community development*, keberhasilan penyuluhan merupakan kunci penggerak komunitas menuju perubahan yang mengarah pada masa depan yang lebih baik. Untuk itu, dalam konteks *community development*, penyuluhan berperan sebagai

komunikasi untuk perubahan (*communication for change*), sehingga dalam pelaksanaannya juga harus memerhatikan aspek relasi, struktur, kekuasaan (*power*), makna bersama (*shared meaning*), kesinambungan komunikasi, motivasi pengambilan keputusan, serta integrasi dalam komunitas tersebut.

Setiap organisasi yang melakukan penyuluhan pembangunan untuk menjembatani perubahan komunitas menuju ke arah positif perlu mempertimbangkan tiga elemen penting berikut:

- a. Keselarasan antara tujuan utama organisasi, sebagaimana tertuang dalam visi dan misi organisasi tersebut, dengan visi dan misi komunitas itu sendiri
- b. Berbagai peraturan dan kebijakan yang berlaku saat itu, baik peraturan atau kebijakan internal organisasi maupun kebijakan dari luar organisasi. Berbagai peraturan dan kebijakan tersebut bisa mendukung atau malah membatasi gerak organisasi.
- c. Rangkaian program atau aktivitas yang disusun secara realistis dengan mempertimbangkan kekuatan serta keterbatasan internal maupun eksternal organisasi sekaligus mempertimbangkan karakteristik komunitas yang menjadi sasaran persuasi. Dalam hal ini, apa yang disampaikan dalam penyuluhan pembangunan (*communication for change*) seharusnya relevan dengan konteksnya (komunitas masyarakat yang menjadi sasaran perubahan).

Berikut adalah gambaran proses *community development* dengan unsur-unsur vital yang terlibat di dalamnya (Phillips dan Pittman, 2009:43).



Gambar 1.1. Rantai *Community Development*

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa penyuluhan (*communication for change*) merupakan proses berkesinambungan yang berlangsung bersama dengan pengembangan kapasitas (*capacity building*), pengambilan keputusan oleh komunitas masyarakat, dan pelaksanaan tindakan kolektif oleh komunitas masyarakat itu sendiri sebelum akhirnya sampai pada *community improvement*, yaitu komunitas yang berkembang menjadi lebih baik.

*Community improvement* sendiri akan kembali memicu *capacity building* sehingga rantai *community development* tersebut menjadi putaran siklus. Dengan cara inilah terwujud komunitas masyarakat yang dinamis, mampu melihat permasalahan dan mencari alternatif solusi yang sesuai dengan karakter komunitasnya, mau beradaptasi dan memeluk perubahan yang dituntut oleh lingkungan pada zamannya tanpa kehilangan kekhasan atau sifat unik komunitas itu sendiri.

## 2. Penyuluhan Pembangunan

Secara umum, penyuluhan dimengerti sebagai proses, cara, perbuatan memberi petunjuk dan penjelasan dalam rentang waktu tertentu. Secara teoritis, penyuluhan didefinisikan sebagai komunikasi informasi yang dilakukan secara terencana dalam rangkaian upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap seseorang atau komunitas tertentu.

Bahasa Inggris menggunakan istilah “*extension*” sebagai padanan kata “penyuluhan”. Penggunaan istilah ini berawal dari “*university extension*” atau “*extension of the university*” yang merupakan kegiatan staf pengajar dari universitas untuk menyebarkan informasi dan ilmu pengetahuan tentang pertanian kepada masyarakat non-universitas (Leeuwis, 2004:22). Menurut A.W. Van Den Ban dan H.S Hawkins (Anonim, 2010:2-3), istilah penyuluhan pertama kali digagas oleh James Stuart dari Trinity College Cambridge pada tahun 1967-1968, sehingga kemudian Stuart dikenal sebagai Bapak Penyuluhan.

Dalam bahasa Indonesia, penyuluhan berasal dari kata “suluh” yang berarti pemberi terang di tengah kegelapan. Istilah ini sejalan dengan istilah yang digunakan Belanda, yaitu *voorlichting*, yang berarti “menerangi jalan di depan agar orang dapat menemukan jalannya sendiri”. Dengan kata lain, penyuluhan adalah upaya untuk membantu orang menemukan jalan keluar atas persoalan yang dihadapi (*enlightenment*) (Leeuwis, 2004:23).

Penyuluhan juga bisa dipandang sebagai suatu bentuk pendidikan bagi orang dewasa. A.W. Van den Ban dan H.S. Hawkins (dalam Anonim, 2010:2) menyatakan bahwa penyuluhan merupakan keterlibatan seseorang untuk melakukan komunikasi informasi secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya memberikan pendapat sehingga bisa membuat keputusan yang tepat. Setiana (2005:2-3) melihat bahwa penyuluhan bisa diartikan sebagai ilmu sosial yang mempelajari sistem dan proses perubahan pada individu serta masyarakat agar dapat terwujud perubahan ke arah lebih baik sesuai dengan yang diharapkan. Dalam hal ini, penyuluhan mengandung harapan akan munculnya individu atau masyarakat yang lebih berkembang dalam hal kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap.

Menurut Margono Slamet (dalam Yustina dan Sudradjat, 2003:3-4), penyuluhan adalah suatu sistem pendidikan luar sekolah (pendidikan nonformal) untuk masyarakat dengan tujuan agar mereka mampu dan sanggup memerankan dirinya sebagai warga negara yang baik sesuai dengan bidang profesinya, serta mampu dan sanggup berswadaya untuk memperbaiki atau meningkatkan kesejahteraannya sendiri dan masyarakat. Berdasarkan definisi di atas, dapat dikatakan bahwa penyuluhan memiliki cakupan kegiatan sebagai berikut (Setiana, 2005:11):

- a. Penyuluhan sebagai proses penyebarluasan informasi, dengan tujuan agar masyarakat bisa memperoleh informasi seluas-luasnya tentang

segala hal yang berkaitan dengan penghidupan mereka serta ide-ide alternatif untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

- b. Penyuluhan sebagai proses penerangan, dengan fokus memberikan penerangan kepada masyarakat yang tidak tahu atau belum mengetahui, terutama tentang inovasi yang perlu dikembangkan atau diterapkan di wilayah yang bersangkutan.
- c. Penyuluhan sebagai proses perubahan perilaku, di mana sasaran perubahan tidak sebatas pada penambahan pengetahuan saja, namun juga perubahan pada keterampilan sekaligus sikap mental yang mengarah pada tindakan atau kerja yang lebih baik, produktif dan menguntungkan.
- d. Penyuluhan sebagai proses pendidikan, dalam arti di samping terjadi peningkatan pengetahuan, proses pendidikan juga mengajarkan masyarakat agar lebih kritis dan mampu memahami fenomena yang berkembang dalam masyarakat serta lingkungannya, sehingga apabila masyarakat akan menerapkan inovasi tertentu mereka tahu benar apa, kapan, bagaimana sebaiknya hal baru itu dilaksanakan. Proses ini diharapkan tidak menciptakan ketergantungan, melainkan mengembangkan kemandirian masyarakat.
- e. Penyuluhan sebagai proses rekayasa sosial, di mana terciptanya perubahan perilaku dari publik sasaran seperti yang dikehendaki demi tercapainya peningkatan kualitas hidup publik sasaran penyuluhan. Titik beratnya adalah pandangan bahwa perubahan

hanya akan terjadi apabila ada campur tangan orang lain, baik institusi pemerintah maupun nonpemerintah dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat tersebut, sekaligus partisipasi masyarakat untuk terlibat di dalamnya. Keikutsertaan masyarakat itu adalah dalam bentuk pernyataan atau kegiatan. Menurut para ahli, ditinjau dari perspektif rekayasa sosial, maka waktu memegang peranan penting, yang artinya inovasi yang telah dikenal lebih dulu atau lebih lama akan lebih mudah diterima masyarakat setempat dibandingkan yang baru dikenal.

Hakikat penyuluhan sebagai upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap pada dasarnya menunjukkan bahwa penyuluhan berkaitan erat dengan pembelajaran. Dalam proses pembelajaran ini, secara simultan terjadi proses-proses lain, yaitu proses komunikasi persuasif, proses pemberdayaan, dan proses pertukaran informasi timbal balik. Komunikasi persuasif dilakukan oleh penyuluh dalam kapasitasnya sebagai fasilitator yang membantu publik sasaran mencari pemecahan masalah berkaitan dengan perbaikan dan pengembangan hidup publik sasaran. Komunikasi ini sifatnya mengajak dengan menyajikan alternatif-alternatif pemecahan masalah, namun keputusan tetap di tangan publik sasaran.

Sebagai suatu bentuk edukasi (pendidikan), penyuluhan juga mengandung pemberdayaan. Pemberdayaan adalah proses memberikan



kuasa dan wewenang kepada publik sasaran dengan cara mendudukkannya sebagai subjek dalam proses pembangunan sehingga publik sasaran mempunyai kesempatan yang sama untuk berpartisipasi, mengakses teknologi, melakukan kontrol terhadap pengambilan keputusan, dan memperoleh manfaat nyata dari hasil pembelajaran. Proses pertukaran informasi timbal balik antara penyuluh dengan publik sasaran dilakukan sebagai upaya pemecahan masalah berkaitan dengan perbaikan dan pengembangan publik sasaran. Dalam hal ini, penyuluhan berkaitan erat dengan pengembangan masyarakat (*community development*) sehingga muncul istilah penyuluhan pembangunan.

Menurut Totok Mardikanto (Anonim, 2010:14), penyuluhan pembangunan adalah proses penyebaran ide-ide baru kepada masyarakat dengan mengikutsertakan masyarakat itu sendiri melalui penambahan pengetahuan, keterampilan baru, dan perubahan perilaku yang didapat karena ada kesadaran untuk mengubah diri guna mencapai kondisi yang lebih baik. Dari definisi ini, dapat dilihat bahwa penyuluhan pembangunan mencakup pengertian tentang:

a. Proses penyebaran ide-ide baru

Proses penyebaran ide-ide baru ini berkaitan dengan strategi komunikasi yang digunakan oleh penyuluh untuk menyampaikan gagasannya kepada publik sasaran, apakah disampaikan secara langsung dengan komunikasi tatap muka atau menggunakan media, ide-ide atau informasi apa yang ingin disampaikan kepada publik

sasaran, kapan dan di mana ide-ide atau informasi tersebut disampaikan kepada publik yang menjadi sasaran penyuluhan.

b. Partisipasi dari sumber pesan dan penerima pesan

Penyuluhan pembangunan sebagai menghendaki adanya partisipasi atau keterlibatan antara penyuluh (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan).

c. Penambahan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan perilaku dari publik yang menjadi sasaran penyuluhan

Pada dasarnya, penyuluhan merupakan komunikasi informasi. Hasil yang diperoleh dari penerimaan informasi-informasi atau ide-ide baru adalah penambahan pengetahuan dan keterampilan dalam diri publik sasaran untuk mengubah dirinya dan mengarah pada kehidupan yang lebih baik.

d. Perubahan perilaku dilakukan dengan sadar, tanpa paksaan ataupun ancaman dari pihak lain

Orang mau menerima informasi dan ide-ide yang disampaikan oleh penyuluh karena orang tersebut menyadari manfaat yang akan diperoleh jika ia menerima dan melakukan ide-ide tersebut, bukan karena paksaan (*coercion*) dari pihak luar.

Menurut Margono Slamet (dalam Yustina dan Sudradjat 2003:2), penyuluhan pembangunan selalu menitikberatkan pada rangkaian upaya untuk mewujudkan perbaikan kualitas kehidupan

manusia, baik secara moral maupun material, melalui peningkatan motivasi, keberdayaan, kepemimpinan, dan kualitas perilaku sumberdaya manusia. Pendekatan pembangunan menurut konsep penyuluhan pembangunan adalah pengembangan sumberdaya manusia (*people centered development*) dalam rangka pembangunan sosial, yaitu pendekatan yang sifatnya lebih menghargai harkat dan martabat manusia (humanis), seiring dengan pembangunan ekonomi.

Para ahli penyuluhan pembangunan diharapkan memiliki kemampuan konseptual untuk memberikan alternatif realistis pemecahan permasalahan sosial dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, melalui peningkatan kualitas perilaku masyarakat dalam meningkatkan taraf kehidupannya, pada kondisi masyarakat yang senantiasa berubah dan berkembang. Dalam hal ini, organisasi yang melakukan penyuluhan pembangunan dituntut untuk senantiasa berupaya menggali, menghimpun, dan mengembangkan ilmu-ilmu pengetahuan dan teknologi dari berbagai disiplin ilmu, serta mengembangkan dan menggunakan pengetahuan tersebut untuk merancang pengembangan kualitas perilaku masyarakat secara efektif, menumbuhkan inisiatif dan memotivasi berprestasi, berprakarsa dan inovatif dalam mengembangkan partisipasi masyarakat sehingga menjadi suatu masyarakat yang dinamis berciri masyarakat madani (*civil society*).

Para pelaku penyuluhan dituntut untuk memerhatikan beberapa hal berikut guna memperbesar peluang keberhasilan penyuluhannya.

- a. Minat dan kebutuhan; penyuluhan akan efektif jika selalu mengacu pada minat dan kebutuhan masyarakat.
- b. Organisasi masyarakat bawah; artinya penyuluhan akan efektif jika mampu melibatkan organisasi masyarakat bawah dari setiap keluarga yang membentuk komunitas masyarakat tersebut.
- c. Keragaman budaya; artinya penyuluhan harus memperhatikan adanya keragaman budaya dalam masyarakat yang menjadi sasaran penyuluhan.
- d. Perubahan dinamika budaya; Dalam hal ini setiap penyuluhan akan mengakibatkan perubahan budaya dalam diri publik sarasanya.
- e. Kerjasama dan partisipasi; Penyuluhan hanya akan efektif jika menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dan menggalang kerjasama yang solid dalam pelaksanaan program penyuluhan yang telah dicanangkan.
- f. Demokrasi dalam penerapan ilmu; dalam penyuluhan harus selalu memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menawar setiap alternatif.
- g. Belajar sambil bekerja; artinya dalam kegiatan penyuluhan harus diupayakan agar masyarakat dapat belajar sambil berbuat, atau belajar dari pengalaman tentang segala sesuatu yang ia kerjakan.
- h. Penggunaan metode yang sesuai ; Penyuluhan harus dilakukan dengan penerapan metode yang selalu disesuaikan dengan kondisi lingkungan

fisik, kemampuan ekonomi, serta nilai sosial budaya dalam masyarakat.

- i. Kepemimpinan; Penyuluh tidak melakukan kegiatan yang hanya bertujuan untuk kepuasan sendiri, tetapi harus mampu mengembangkan kepemimpinan dalam diri masyarakat yang menjadi publik sasaran penyuluhan.
- j. Kredibilitas; Dalam hal ini, penyuluh haruslah orang atau organisasi yang telah memiliki bekal pengetahuan serta pengalaman dalam bidang penyuluhannya.

Dengan demikian, secara keseluruhan penyuluhan pembangunan harus mengandung unsur-unsur berikut (Setiana, 2005:5):

- a. Pendidikan yang mengubah pengetahuan, sikap, dan keterampilan
- b. Pemberdayaan, yaitu membantu masyarakat agar mampu menolong dirinya sendiri, oleh karenanya harus ada kepercayaan dari masyarakat sasaran
- c. Belajar sambil melakukan sesuatu, sehingga ada keyakinan bahwa apa yang diajarkan adalah benar.

### **3. Strategi Komunikasi**

Menurut Jim Lukaszewski (dalam Cutlip, Center, dan Broom, 2006:308), strategi merupakan tenaga penggerak organisasi. Strategi adalah daya intelektual yang membantu mengatur, memprioritaskan, dan mengarahkan gerak organisasi. Tanpa strategi, organisasi tidak akan

memiliki arah, tidak akan mendapatkan momentum yang tepat untuk pergerakannya, dan dengan demikian tidak akan ada hasil. Strategi memberikan arah, menentukan tujuan jangka panjang suatu organisasi, pengambilan rangkaian tindakan, serta alokasi sumber daya yang diperlukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah jalan saja, melainkan juga menunjukkan taktik operasionalnya. Komunikasi sendiri secara sederhana merupakan proses sosial di mana individu-individu saling mempertukarkan makna melalui simbol-simbol tertentu. Strategi komunikasi dengan demikian merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan tertentu.

Perencanaan komunikasi (*communication planning*) sendiri merupakan proses penyusunan konsep komunikasi yang dilakukan secara sadar dan sengaja untuk mencapai tujuan atau maksud tertentu. Guna mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi juga harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilaksanakan. Dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi (Uchjana, 2002:83-84). Untuk itulah dibutuhkan fungsi manajemen komunikasi (*communication management*) yang

mengatur alokasi dan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi untuk mendorong dialog dalam masyarakat (Kaye, 1994:8). Paduan perencanaan dan manajemen komunikasi ini menciptakan strategi komunikasi yang kuat secara konseptual dan operasional, sehingga membuat organisasi lebih siap menghadapi tantangan perubahan lingkungan.

Strategi didefinisikan oleh Quinn dan Mintzberg (1991:5) sebagai :

*...the pattern or plan that integrates an organization's major goals, policies, and action sequences into a cohesive whole. A well formulated strategy helps to marshall and allocate an organization's resources into a unique and reliable posture based on its relative internal competencies and shortcomings, anticipated changes in the environment and contingent more by intelligent opponents.*

Lebih lanjut, Quinn dan Mintzberg (1991: 23) berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal:

- a. *Strategy as a plan.* Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- b. *Strategy as pattern.* Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
- c. *Strategy as a position.* Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan atau mengalokasikan sesuatu pada posisi yang tepat.
- d. *Strategy as a perspective.* Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi.

- e. *Strategy as a play*. Strategi merupakan cara bermain atau manuver spesifik yang dilakukan organisasi dengan tujuan untuk mengalahkan rival atau kompetitor.

Komunikasi merupakan unsur vital dalam penyuluhan. Dalam hal ini komunikasi diarahkan pada pembentukan persepsi positif mengenai isi pesan oleh seseorang atau sekelompok orang yang menerima pesan tersebut. Pada gilirannya, persepsi positif dapat membuat penerima pesan penyuluhan tergerak untuk melakukan perubahan sikap sebagai respon positif atas pesan yang diterima. Fungsi komunikasi tidak melulu berkisar pada masalah *how communication works*, melainkan lebih pada *how to communicate* agar terjadi perubahan sikap (*attitude*), pandangan (*opinion*), dan perilaku (*behavior*) pada sasaran komunikasi, apakah sasaran itu individu (mikro), kelompok (*mezo*), atau masyarakat secara keseluruhan (makro) (Uchjana, 2002:35).

Aspek komunikasi juga menjadi hal vital dalam proses strategi yang dihubungkan dengan model komunikasi dasar menurut Harold Laswell, terkenal dengan sebutan formula Laswell: *who says what in which channel to whom with what effect*, yang mengandung unsur-unsur berikut.

- a. *Communicator* harus mampu menyampaikan ide dan kegiatan atau program kerjanya kepada publiknya, sehingga publik mampu memahami dan mengikuti kegiatan yang akan disampaikan oleh komunikator.



- b. *Message* (pesan) merupakan sesuatu yang perlu disampaikan kepada penerima. Pesan tersebut dapat disampaikan melalui teknik kampanye, di mana penyampaian ide, gagasan, informasi, dan aktivitas tertentu dipublikasikan dengan tujuan agar publik mengenal, memahami, dan menerima.
- c. *Medium* (media) merupakan sarana untuk menyampaikan pesan kepada publik dan sebagai mediator antara komunikator dan komunikan (penerima pesan).
- d. *Receiver* (penerima/ komunikan/ target sasaran) merupakan publik yang menjadi sasaran dalam berkomunikasi. Pemahaman komunikator terhadap komunikan menjadi unsur penting timbulnya rasa saling percaya, toleransi, dan kerjasama untuk memperoleh dukungan.
- e. *Effect* (dampak) merupakan respon atau reaksi setelah berlangsungnya proses komunikasi yang bisa menimbulkan umpan balik atau *feedback* positif atau sebaliknya, respon negatif.

Penyuluhan sendiri merupakan komunikasi informasi yang dilakukan secara terencana dalam rangkaian upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap seseorang atau komunitas tertentu. Hakikat penyuluhan sebagai suatu bentuk edukasi, yaitu pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap ini pada gilirannya diharapkan mendorong komunitas masyarakat untuk

bergerak mencapai kualitas hidup yang lebih baik. Untuk itu, diperlukan strategi komunikasi yang efektif agar pesan penyuluhan berhasil sampai pada khalayak sasaran yang dituju. Strategi komunikasi tersebut antara lain melibatkan berbagai aktivitas komunikasi, seperti penyebaran informasi, pengetahuan, gagasan atau ide untuk membangun kesadaran dan pengertian dalam diri khalayak yang dituju. Dalam hal ini, organisasi dituntut memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik serta strategi yang tepat untuk penyampaian pesannya, karena tujuan yang ingin dicapai adalah perubahan pengetahuan dan perilaku yang sesuai dengan tujuan program kerja atau kegiatan tersebut.

Komunikasi menjadi unsur vital yang tidak dapat diabaikan begitu saja oleh organisasi. Setiap organisasi seharusnya memeriksa gaya, kebutuhan, dan kesempatan komunikasinya serta mengembangkan strategi komunikasi yang dapat secara efektif memengaruhi khalayaknya. Organisasi harus tahu cara mengkomunikasikan dirinya dengan baik agar mendapat relasi dan dukungan positif dari berbagai pihak. Pada dasarnya, organisasi yang berbeda akan menggunakan cara komunikasi yang berbeda pula untuk memenuhi kebutuhannya, bergantung pada latar belakang, visi, dan sasaran organisasi tersebut. Secara umum, komunikasi yang efektif memenuhi aspek tentang bagaimana mengubah sikap (*how to change the attitude*), mengubah opini (*to change the opinion*), dan mengubah perilaku (*to change the behavior*).

Menurut Wayne Pace, Brent D, Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* (Uchjana, 2002:32), tujuan strategi komunikasi adalah:

- a. *to secure understanding*. Strategi komunikasi bertujuan untuk memastikan terciptanya saling pengertian dalam berkomunikasi dan untuk memberikan pengaruh kepada komunikan melalui pesan-pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi.
- b. *to establish acceptance*. Strategi komunikasi disusun agar saling pengertian dan penerimaan tersebut terus dibina dengan baik. Setelah komunikan menerima dan mengerti pesan yang disampaikan, pesan tersebut perlu dikukuhkan dalam benak komunikan agar menghasilkan umpan balik yang mendukung pencapaian tujuan komunikasi.
- c. *to motive action*. Strategi komunikasi memberikan dorongan, memotivasi perilaku atau aksi. Komunikasi selalu memberi pengertian yang diharapkan dapat memengaruhi atau mengubah perilaku komunikan agar sesuai dengan keinginan komunikator.
- d. *to reach the goals which the communicator sought to achieve*. Strategi komunikasi memberikan gambaran cara bagaimana mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Untuk melakukan penyuluhan, dibutuhkan suatu strategi sebagai acuan untuk mengambil tindakan. Strategi tersebut terdiri dari:

a. Analisis Situasi

Untuk memahami situasi diperlukan informasi akurat yang disusun berdasarkan fakta di lapangan, bukan didasarkan pada dugaan, perkiraan, atau angan-angan belaka. Untuk itu diperlukan penyelidikan melalui penggalan informasi maupun observasi. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk memahami situasi antara lain:

- 1.) Survei khusus yang dilakukan untuk mengungkap pendapat, sikap masyarakat, respon, atau citra organisasi di mata khalayaknya.
- 2.) Pemantauan berita-berita di media massa, baik cetak maupun elektronik
- 3.) Tinjauan terhadap angka dan grafik laporan-laporan tahunan
- 4.) Tinjauan terhadap persaingan secara umum di pasaran
- 5.) Tinjauan terhadap perekonomian (misal: fluktuasi harga saham dan neraca keuangan)
- 6.) Situasi hubungan industri secara umum (misal: mogok kerja)
- 7.) Kondisi dan pengaruh cuaca
- 8.) Frekuensi keluhan klien
- 9.) Diskusi dengan para relasi organisasi
- 10.) Kajian terhadap berbagai kekuatan sosial, ekonomi, hingga politis
- 11.) Sikap tokoh masyarakat dan opini publik

b. Analisis Organisasi

- 1.) Lingkungan internal (visi, misi, tujuan, sumber daya)
- 2.) Persepsi masyarakat (reputasi organisasi)
- 3.) Lingkungan eksternal (pesaing, lawan, pendukung)

c. Analisis Publik

Khalayak atau publik adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Ada empat tipe publik, yaitu:

- 1.) *all-issue public* adalah publik yang terlibat dalam semua persoalan atau isu yang muncul
- 2.) *aphatetic public* adalah publik yang cenderung apatis, tidak peduli dan tidak mau terlibat dalam persoalan atau isu yang muncul
- 3.) *single-issue public* adalah publik yang peduli dan melibatkan diri dalam persoalan atau isu tertentu yang muncul
- 4.) *hot-issue public* adalah publik yang langsung merespon ketika persoalan muncul. Publik jenis ini menganggap bahwa mereka adalah bagian yang terlibat dalam munculnya persoalan.

Banyak faktor yang harus diperhatikan dalam menjalin relasi dan komunikasi dengan publik. Perbedaan kepentingan dan latar belakang publik tentu membutuhkan perlakuan yang berbeda pula. Sebelum memutuskan perlakuan mana yang sesuai dengan publik,

dibutuhkan pendekatan yang dapat membantu dalam mendefinisikan khalayak sasaran.

- 1.) Geografik: perbedaan dari segi geografis bisa dilihat berdasarkan letak daerah khalayak sasaran, apakah dataran tinggi atau dataran rendah, bagaimana kondisi populasi penduduknya
- 2.) Demografik: kependudukan dilihat dari jenis kelamin, usia, penghasilan, status perkawinan, latar belakang pendidikan
- 3.) Psikografik: mencakup gaya hidup, status sosial, dan atribut sosial yang dikenakan
- 4.) *Covert Power*: keadaan politik dan ekonomi yang memengaruhi khalayak sasaran
- 5.) Posisi: kedudukan atau jabatan khalayak sasaran, baik itu di lingkungan sekitarnya maupun di luar lingkungannya
- 6.) Reputasi: didasarkan pada tingkat pengetahuan khalayak dan persepsi orang lain terhadap khalayak sasaran
- 7.) *Membership*: keanggotaan khalayak dilihat dari organisasi yang mereka ikuti, baik yang bersifat profesi, sosial, adat-istiadat, maupun kerohanian
- 8.) *Role in decision process*: pengamatan untuk menentukan khalayak aktif yang nantinya berfungsi untuk menggerakkan khalayak lainnya.

Menggerakkan khalayak agar mereka mau mengikuti ide atau gagasan dan kegiatan yang dipersuasikan tidaklah mudah. Walau ide atau kegiatan yang disampaikan sangat bermanfaat bagi khalayak, namun ketika khalayak tidak merasa tertarik dengan ide atau kegiatan tersebut, maka tidak mungkin tujuan persuasi tersebut tercapai. Untuk menghadapi khalayak yang tidak tertarik pada sebuah ide atau kegiatan, Grunig (dalam Cutlip, Center, dan Broom, 2006:268) menguraikan tiga faktor untuk menggerakkan publik:

- 1.) Pengenalan Masalah. Menyadarkan khalayak bahwa ada sesuatu yang hilang atau keliru dalam sebuah situasi, sehingga khalayak sadar bahwa ada sesuatu yang tidak tepat dan mereka bersedia mencari informasi untuk menemukan hal tersebut.
- 2.) Pengenalan akan hambatan. Adanya keterbatasan dari faktor eksternal khalayak ketika mereka ingin melakukan sesuatu yang berkaitan dengan persoalan.
- 3.) Tingkat keterlibatan. Menggambarkan ketika khalayak merasa tertarik dan ikut terlibat dalam sebuah permasalahan, dengan kata lain ketika sebuah persoalan muncul dan itu melibatkan pribadi si khalayak, mereka akan dengan mudah menerimanya.

d. Menentukan Sasaran dan Tujuan

Penetapan tujuan dari sebuah program dapat dilakukan setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi. Tujuan akan memudahkan penetapan langkah-langkah yang harus dilakukan. Menentukan sasaran

dan tujuan yang ingin dicapai organisasi dilakukan dengan mengukur dan mengidentifikasi apakah pesan yang disampaikan diterima atau tidak.

e. Menyusun Aksi dan Strategi

Pada tahap ini, dipertimbangkan hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan organisasi untuk menghadapi berbagai keadaan.

f. Menggunakan Komunikasi yang Efektif

Penggunaan komunikasi yang efektif berkaitan dengan berbagai hal mengenai pesan, seperti siapa yang akan menjadi sumber pesan yang nantinya akan menyampaikan pesan kepada publik, termasuk isi pesan, gaya penyampaian pesan secara verbal dan nonverbal.

g. Menetapkan Teknik Komunikasi

Ada beberapa teknik komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, antara lain dengan komunikasi tatap muka sehingga terjalin keterlibatan secara pribadi, penyebaran media yang dikendalikan oleh organisasi (misalnya majalah internal), media pemberitaan di luar organisasi, atau media iklan dan promosi.

h. Implementasi Strategi Komunikasi

Implementasi strategi komunikasi berkaitan dengan anggaran serta jadwal pelaksanaan dan persiapan-persiapan yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan program-program komunikasi. Perencanaan anggaran didasarkan pada banyaknya media yang digunakan ditambah dengan biaya operasional untuk pelaksanaan program. Dari sini dapat diketahui:



- 1.) berapa banyak dana yang dibutuhkan untuk membiayai suatu program
- 2.) kegiatan apa saja yang bisa dilaksanakan dengan dana yang tersedia
- 3.) daftar kerja, pedoman atau prinsip pelaksanaan kegiatan atau program
- 4.) efisiensi suatu program

i. Evaluasi

Menurut Grunig dan Hunt sebagaimana dikutip I Gusti Ngurah Putra (1999:72), evaluasi strategi komunikasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- 1.) Evaluasi program, berkaitan dengan usaha-usaha untuk mengetahui apakah program-program telah dikelola dengan baik, efektif, dan berkesinambungan.
- 2.) Evaluasi hasil, berkaitan dengan usaha-usaha untuk mengetahui dampak atau hasil yang ditimbulkan dari program-program komunikasi yang dijalankan oleh organisasi. Dengan kata lain, evaluasi *outcome* biasanya berkaitan dengan usaha-usaha untuk mengetahui apakah tujuan yang ditetapkan dalam rencana dapat dicapai.

## F. Kerangka Konsep

Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) melakukan rangkaian kegiatan yang mereka sebut sebagai komunikasi edukasi untuk pemberdayaan masyarakat. Komunikasi edukasi yang dimaksud oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) ini secara teoritik sama dengan penyuluhan pembangunan yang dilaksanakan dalam konteks *community development*. Selanjutnya, dalam penelitian ini, “penyuluhan” akan digunakan sebagai padanan istilah “komunikasi edukasi” yang digunakan oleh tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi).

Komunikasi merupakan unsur vital dalam penyuluhan pertanian ramah lingkungan yang dilakukan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) kepada masyarakat petani di lereng Merapi. Tujuan jangka panjang Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) adalah terwujudnya komunitas masyarakat lereng Merapi yang hidup harmonis dengan alam. Tujuan ini jelas tidak dapat dicapai hanya dengan satu kegiatan penyuluhan saja. Oleh karena itu, penyuluhan yang dilakukan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) merupakan rangkaian komunikasi berkesinambungan. Guna memperbesar peluang keberhasilan penyuluhan pertanian ramah lingkungan kepada masyarakat lereng Merapi, Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) menyusun strategi komunikasi yang disesuaikan dengan konteks masyarakat lereng Merapi itu sendiri.

Sebagaimana dikemukakan oleh Quinn dan Mintzberg (1991:5), yang dimaksud dengan strategi adalah rangkaian kebijakan dan tindakan

terpadu yang disusun oleh organisasi untuk mencapai tujuan utama organisasi. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan strategi komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) yang dirancang untuk membantu organisasi mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Perencanaan komunikasi (*communication planning*) sendiri merupakan proses penyusunan konsep komunikasi yang dilakukan secara sadar dan sengaja untuk mencapai tujuan atau maksud tertentu. Guna mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi juga harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilaksanakan. Dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi (Uchjana, 2002:83-84). Untuk itulah dibutuhkan fungsi manajemen komunikasi (*communication management*) yang mengatur alokasi dan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi untuk mendorong dialog dalam masyarakat (Kaye, 1994:8). Paduan perencanaan dan manajemen komunikasi ini menciptakan strategi komunikasi yang kuat secara konseptual dan operasional, sehingga membuat organisasi lebih siap menghadapi tantangan perubahan lingkungan.

Sejalan dengan formula Laswell (*who says what in which channel to whom with what effect*), strategi komunikasi tersebut disusun dengan mempertimbangkan unsur komunikator, pesan yang ingin disampaikan, media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, penerima pesan atau komunikan atau yang

juga sering disebut sebagai publik sasaran, serta dengan memprediksi efek atau dampak proses komunikasi tersebut. Dalam penelitian ini, tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) adalah komunikator yang berusaha menyampaikan pesan penyuluhan berupa pertanian ramah lingkungan (*back to nature*) melalui beragam media komunikasi kepada masyarakat lereng Merapi yang menjadi publik sarannya.

Penyuluhan merupakan komunikasi informasi yang dilakukan secara terencana dalam rangkaian upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap seseorang atau komunitas tertentu. Fokus penelitian ini bukan pada dampak komunikasi (*how communication works*), melainkan lebih pada *how to communicate* agar terjadi perubahan sikap (*attitude*), pandangan (*opinion*), dan perilaku (*behavior*) pada diri publik sasaran.

Sejalan dengan pemikiran Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett (dalam Uchjana, 2002:32), strategi komunikasi Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dalam penyuluhan pertanian peduli lingkungan kepada masyarakat lereng Merapi seharusnya membantu Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan dari masyarakat lereng Merapi. Strategi komunikasi yang disusun oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) seharusnya juga mampu memberikan dorongan atau memotivasi masyarakat lereng Merapi untuk mengadopsi tatacara pertanian ramah lingkungan, sehingga tercapailah tujuan yang telah ditentukan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi).

Satu hal utama yang perlu diingat adalah bahwa penyuluhan yang dilakukan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) ini tidak boleh dilepaskan dari konteks besarnya. Penyuluhan pertanian ramah lingkungan kepada masyarakat lereng Merapi yang dilakukan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) merupakan bagian dari proses pengembangan komunitas (*community development*). Pengembangan komunitas (*community development*) mengacu pada pengembangan manusia itu sendiri beserta ikatan sosial-psikologis di antara mereka. Oleh karena itu, penyuluhan pertanian ramah lingkungan yang dilakukan oleh tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) harus menggunakan cara-cara yang relevan dengan komunitas masyarakat lereng Merapi itu sendiri.

Dalam penelitian ini, *community development* dipandang sebagai proses edukasi, yaitu membekali warga masyarakat dengan kemampuan untuk mengenali persoalan dan mengatasi permasalahan di lingkungannya berdasarkan pengambilan kebijakan bersama (Long 1975 dalam Mattesich dan Monsey, 2004:58). *Community development* juga dapat dilihat sebagai pelibatan sumberdaya masyarakat dalam rangkaian proses atau upaya mencapai perbaikan dalam kehidupan komunitas. Rangkaian proses ini biasanya berisi tindakan-tindakan bersama yang dapat memperkuat relasi antarmanusia maupun relasi institusional dalam tubuh komunitas itu sendiri (Ploch 1976 dalam Mattesich dan Monsey, 2004:59).

Tantangan pertama dan utama *community development* terletak pada proses menumbuhkembangkan kebersamaan untuk kemudian memutuskan

aksi bersama (*collective action*) yang akan dilakukan demi kebaikan komunitas itu sendiri. Dalam konteks masyarakat demokrasi, penyuluhan merupakan cara etis yang dapat digunakan untuk memengaruhi warga masyarakat agar mengadopsi cara berpikir, gagasan, sikap, dan perilaku yang mendukung proses pengembangan komunitas tersebut.

Penyuluhan pertanian ramah lingkungan yang dilakukan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dengan tujuan untuk menggerakkan komunitas pada dasarnya mensyaratkan partisipasi penuh (*full participation*), baik dari penyuluh maupun publik yang menjadi sasaran penyuluhan itu sendiri. Perubahan merupakan hasil kolaborasi antara pemberi pesan (penyuluh) dan publik sasaran. Bertolak dari pemahaman ini, maka dalam penelitian ini penyuluhan didefinisikan sebagai komunikasi informasi yang dilakukan secara terencana dalam rangkaian upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan sikap seseorang atau komunitas tertentu.

Hal ini senada dengan pendapat Margono Slamet. Menurut Margono Slamet (dalam Yustina dan Sudradjat, 2003:2), pada dasarnya penyuluhan merupakan suatu sistem pendidikan luar sekolah (pendidikan nonformal) untuk masyarakat dengan tujuan agar mereka mampu dan sanggup memerankan dirinya sebagai warga negara yang baik sesuai dengan bidang profesinya, serta mampu dan sanggup berswadaya untuk memperbaiki atau meningkatkan kesejahteraannya sendiri dan masyarakat.

Mengacu pada uraian di atas, penyuluhan yang dilakukan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) bisa disebut sebagai penyuluhan

pembangunan. Menurut Totok Mardikanto (Anonim, 2010:14), penyuluhan pembangunan adalah proses penyebaran ide-ide baru kepada masyarakat dengan mengikutsertakan masyarakat itu sendiri melalui penambahan pengetahuan, keterampilan baru, dan perubahan perilaku yang didapat karena ada kesadaran untuk mengubah diri guna mencapai kondisi yang lebih baik. Dengan demikian, sebagaimana dikemukakan oleh Setiana (2005:11), dapat dikatakan bahwa penyuluhan sejalan dengan tujuan *community development* karena memenuhi unsur berikut:

1. Penyuluhan memiliki cakupan kegiatan sebagai proses penyebarluasan informasi tentang inovasi atau ide-ide baru untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat
2. Penyuluhan sebagai proses penerangan kepada masyarakat yang tidak tahu atau belum mengetahui inovasi atau hal-hal baru yang perlu diterapkan di wilayahnya
3. Penyuluhan sebagai proses perubahan perilaku yang mengarah pada sikap mental dan perilaku yang lebih produktif
4. Penyuluhan sebagai proses pendidikan dalam artian mengajarkan masyarakat untuk bersikap lebih kritis dan mandiri, serta penyuluhan sebagai proses rekayasa sosial yang membutuhkan waktu dan partisipasi penuh dari penyuluh maupun dari komunitas masyarakat itu sendiri

Dalam *community development*, keberhasilan penyuluhan merupakan kunci penggerak komunitas menuju perubahan yang mengarah pada masa depan yang lebih baik. Untuk itu, penyuluhan sebagai komunikasi untuk perubahan (*communication for change*) juga harus memerhatikan aspek relasi, struktur, kekuasaan (*power*), makna bersama (*shared meaning*), kesinambungan komunikasi, motivasi pengambilan keputusan, serta integrasi dalam komunitas tersebut.

Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) sebagai organisasi yang melakukan penyuluhan untuk menjembatani perubahan komunitas (*communication for change*) menuju ke arah positif perlu mempertimbangkan tiga elemen penting, yaitu keselarasan tujuan utama organisasi dengan visi dan misi komunitas itu sendiri, berbagai peraturan dan kebijakan yang berlaku pada saat itu, serta penyusunan rangkaian program secara realistis dengan mempertimbangkan karakteristik komunitas yang menjadi sasaran penyuluhan. Dengan demikian, Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) membutuhkan strategi komunikasi sebagai acuan untuk mengambil tindakan. Strategi komunikasi tersebut terdiri dari:

1. Analisis situasi

Analisis situasi diperlukan untuk memahami kondisi di lapangan. Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) perlu membekali diri dengan informasi yang cukup terkait kondisi masyarakat lereng Merapi saat ini, antara lain mencakup pendapat dan sikap masyarakat, relasi



masyarakat, serta kemungkinan respon masyarakat terhadap Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) sendiri.

2. Analisis organisasi

Analisis organisasi mencakup pemahaman terhadap lingkungan internal dan eksternal organisasi serta persepsi masyarakat terhadap organisasi tersebut. Secara internal, Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) harus memiliki pemahaman atas visi, misi, maupun sumberdayanya. Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) juga harus melihat pesaing, lawan, atau pihak-pihak luar yang mendukung gerakannya.

3. Analisis publik

Analisis publik bisa membantu Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) mengenal orang-orang yang berkomunikasi dengannya secara lebih baik sehingga terjalin relasi dan komunikasi yang baik dengan publik. Perbedaan latar belakang dan kepentingan publik membutuhkan perlakuan yang berbeda pula. Agar Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dapat memutuskan perlakuan mana yang sesuai dengan publik tertentu, Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) harus mampu mendefinisikan khalayak sarannya, antara lain dengan memperhitungkan faktor geografik, demografik, psikografik, *covert power*, posisi, reputasi, dan peran khalayak sarannya dalam proses pengambilan keputusan.

#### 4. Menentukan tujuan

Setelah melakukan analisis situasi, analisis organisasi, dan analisis publik, Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dapat merumuskan permasalahan yang dihadapi, untuk kemudian menetapkan tujuan dari program persuasi yang akan dilakukan. Tujuan akan memudahkan penentuan langkah-langkah yang harus ditempuh oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi).

#### 5. Menyusun aksi dan strategi

Pada tahap ini, pokok pertimbangan adalah hal-hal yang menjadi kekuatan Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) untuk menghadapi berbagai kondisi di lapangan, termasuk di dalamnya adalah pertimbangan tentang jangka waktu pelaksanaan aksi, interval antara setiap aksi.

#### 6. Menggunakan komunikasi yang efektif

Pada dasarnya penggunaan komunikasi yang efektif mencakup perencanaan matang terkait siapa yang akan tampil sebagai penyuluh, rancangan isi pesan yang akan disampaikan kepada publik sasaran, gaya penyampaian pesan baik secara verbal maupun nonverbal.

#### 7. Menetapkan teknik komunikasi

Penetapan teknik komunikasi disesuaikan dengan strategi komunikasi yang disusun oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi), apakah dengan dialog personal dengan anggota masyarakat, komunikasi tatap muka dengan sekelompok orang, penyebaran media atau majalah

komunitas, pemberitaan di media luar, atau dengan media iklan dan promosi.

#### 8. Implementasi strategi komunikasi

Implementasi strategi komunikasi berkaitan dengan jadwal pelaksanaan serta persiapan yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan program penyuluhan Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi). Dari sini Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dapat memperhitungkan biaya operasionalnya.

#### 9. Evaluasi strategi

Evaluasi strategi komunikasi mencakup evaluasi program serta evaluasi hasil. Evaluasi program dilakukan untuk melihat apakah program-program telah dikelola dengan baik, efektif, dan berkesinambungan. Sedangkan evaluasi hasil dilakukan untuk mengukur dampak yang ditimbulkan dari program-program yang dijalankan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi).

### **G. Metodologi Penelitian**

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) di Lerang Merapi” merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dan Bogdan, 1984:5). Penelitian ini bertujuan untuk

menggambarkan suatu masyarakat atau kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi komunikasi Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dalam penyuluhan kepada masyarakat lereng Merapi, mulai sejak tahap penyusunan, implementasi, sampai dengan evaluasi strategi komunikasi tersebut.

Menurut Denzin dan Lincoln (2009:3), secara etimologis, penelitian kualitatif menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami atau menafsirkan fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan pada hal-hal tersebut. Penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena dalam konteksnya yang spesifik, sebagaimana halnya di dunia nyata di mana peneliti tidak berusaha memanipulasi fenomena yang ditelitinya (Patton, 2001: 39). Dalam hal ini, penelitian kualitatif bertujuan untuk menyajikan gambaran yang mendetail dan akurat terkait fenomena tertentu yang dialami oleh orang tertentu dalam konteks tertentu (Neuman, 2003:29). Oleh karena itu, penelitian ini juga akan menelaah dan berusaha memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) dalam penyuluhannya kepada masyarakat lereng Merapi.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Fenomenologi sendiri mengacu pada analisis mendalam terhadap peristiwa hidup sehari-hari dari sudut pandang pelakunya (*the standpoint of the person's who is*

*living it*). Fenomenologi bertolak dari prinsip bahwa ilmu pengetahuan selalu berpijak pada pengalaman, dan bahwa kesadaran manusia secara aktif membentuk realitas (Denzin dan Lincoln, 2009:336). Fenomenologi mengkaji bagaimana orang-orang yang berhubungan dengan objek-objek pengalaman memahami dan berinteraksi dengan objek tersebut sebagai “benda” yang terpisah dari sang peneliti.

Gagasan utama fenomenologi adalah bahwa analisis terhadap fenomena tidak dimulai dari dunia objektif di luar subjek, melainkan dimulai dari diri subjek itu sendiri. Menurut Schutz (dalam Denzin dan Lincoln, 2009:336), setiap individu berinteraksi dengan dunia dengan “bekal pengetahuan” yang terdiri atas konstruksi-konstruksi dan kategori-kategori umum yang pada dasarnya bersifat sosial. Bekal pengetahuan berupa citra, teori, gagasan, nilai, dan sikap tersebut digunakan untuk memaknai pengalamannya dalam berinteraksi dengan dunia, menginterpretasi pengalaman, memahami maksud dan motivasi individu lain, memperoleh pemahaman intersubjektif, dan pada akhirnya mendorong individu untuk bertindak atau berperilaku dengan cara tertentu. Dengan demikian, tradisi fenomenologi memberikan penekanan pada persepsi dan interpretasi seseorang atau sekelompok orang atas pengalaman subjektif mereka.

### 3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Mangunsuka dan Desa Sengi, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang.

#### 4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) beserta orang-orang yang terlibat di dalamnya.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan subjek penelitian digunakan. Wawancara merupakan pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan subjek penelitian (informan). Dalam penelitian ini digunakan teknik wawancara terstruktur, di mana pewawancara menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) sebagai panduan agar data yang dikumpulkan tidak lepas dari konteks permasalahan penelitian. Adapun data sekunder, antara lain berupa profil tim Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi), karakteristik masyarakat lereng Merapi, beserta data-data lain yang mendukung penelitian diperoleh dari arsip Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) maupun dari sumber-sumber lain yang relevan.

#### 6. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, yakni menjelaskan fakta dan data bukan berdasarkan angka melainkan pada uraian penjelasan fakta yang ada. Peneliti menggunakan langkah analisis berikut.

- a. Pengumpulan Data: Data primer penelitian ini diperoleh dari wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan pemrakarsa Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) beserta orang-orang yang terlibat di

dalamnya, secara khusus dengan Divisi Humas serta Divisi Penelitian dan Pengembangan. Adapun data sekunder penelitian berupa profil dan struktur Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi), karakteristik atau kondisi masyarakat lereng Merapi, dan data-data lain yang bersifat mendukung penelitian diperoleh dari arsip Edukasi Gubug Selo Merapi (EGSPi) sendiri maupun sumber-sumber lain yang memiliki otoritas untuk memberikan data informasi tersebut.

- b. Reduksi Data: Pemilihan dan pemusatan pada data yang relevan dengan masalah penelitian, yaitu dengan cara menyeleksi data-data yang berkaitan erat dengan penelitian agar semakin fokus dan terarah sesuai dengan fokus penelitian.
- c. Penyajian Data: Menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi, yaitu dengan cara memaparkan peristiwa tersebut sesuai dengan kerangka teori yang ada serta dikombinasikan dengan data yang diperoleh di lapangan.
- d. Penarikan kesimpulan: Memaparkan secara singkat pokok-pokok permasalahan yang terjadi dan yang telah diteliti guna menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

#### 7. Kriteria Kualitas Penelitian

Sama halnya dengan validitas dan reliabilitas yang menentukan kualitas penelitian kuantitatif, dalam penelitian kualitatif pun terdapat kriteria tertentu yang harus dipenuhi agar penelitian kualitatif tersebut

dapat disebut berkualitas. Kualitas penelitian kualitatif ini ditentukan oleh kriteria otentisitas (*authenticity*).

Otentisitas merupakan aspek vital dalam konteks penelitian kualitatif karena pada dasarnya tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mengamati memahami pengalaman otentik subjek tertentu (pengalaman hidup seseorang dalam konteks aslinya) untuk kemudian mendeskripsikan atau menjelaskan secara mendalam makna pengalaman atau fenomena tersebut (Milne, 2005:1). Suatu penelitian dikatakan otentik apabila hal-hal yang digambarkan oleh peneliti sesuai dengan realitas peristiwa yang dialami oleh subjek/pelaku. Penelitian tersebut juga harus adil, menyajikan secara akurat peristiwa atau pengalaman subjek sekaligus menggali pemaknaan subjek/pelaku atas peristiwa tersebut, sehingga tercapailah pengertian mendalam dalam diri peneliti dan pemahaman yang lebih baik dalam diri subjek penelitian tentang lingkungan tempat mereka hidup. Untuk memenuhi tuntutan otentisitas ini, penelitian kualitatif harus memastikan bahwa konstruksi realitas subjek penelitiannya ditangkap, dimengerti, dan dipaparkan sebagaimana adanya oleh peneliti.

Data-data dalam penelitian ini diuji dengan triangulasi, yaitu dengan mengecek dan mencocokkan data yang diperoleh dari pengamatan di lapangan, wawancara mendalam dengan subjek penelitian, serta informasi yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada.