



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Forum Rakyat Bali (ForBALI) merupakan aliansi masyarakat sipil lintas sektoral. ForBALI sengaja dibentuk secara khusus untuk melakukan perlawanan terhadap rencana reklamasi Teluk Benoa yang digagas oleh PT. TWBI. Konsistennya gerakan Bali Tolak Reklamasi sampai dengan saat ini mengindikasikan adanya strategi-strategi yang dilakukan oleh ForBALI untuk menjalankan misinya.

Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi politik, gerakan sosial dan teori identitas untuk menganalisis dan mengupas temuan data mengenai gagasan dan praktek oleh ForBALI untuk menyuarakan Bali Tolak Reklamasi secara konsisten sebagai gerakan yang semakin masif, bahkan menghasilkan sebuah *power* untuk menekan pemerintah. Gerakan yang masif ini ditandai dari hasil analisis pada “Peran Aktor dalam Menjalankan Misi Tolak Reklamasi Teluk Benoa” serta “Proses Memahami Khalayak oleh ForBALI”.

Pada strategi peran aktor, I Wayan Suardana menampakkan diri dengan sikap tegas, cepat, dan berani mengambil resiko. Adapun wujud sosok tersebut menjadi hal penting dalam membangun kepercayaan antar aliansi dan pendukung, pun menentukan arah gerakan. Berulangkali juga Guna Warma harus berpindah-pindah tempat demi mendapatkan sebuah kesempatan untuk mencari tempat konser yang aman dan tidak direpresi oleh pihak yang kontra dengan gerakan ini.

Keberagaman jenis aktor di dalam ForBALI tampaknya merupakan dasar penguat gerakan. Setiap aktor ForBALI melakukan pendekatan yang sesuai dengan latar belakang mereka untuk membawa isu Bali Tolak Reklamasi kepada masyarakat. Asumsi ini dinilai dari tiga identitas yang dikemukakan Liliweri (2007, h. 95), yang memperlihatkan bahwa ForBALI dapat dikategorikan sebagai “Kelompok Sosial” sebagai bagian dari identitas sosial. Jangkauan yang peneliti pahami pada temuan data dan analisis memperlihatkan adanya keterlibatan dalam suatu kegiatan bersama dalam waktu berkala karena mempunyai tujuan dan sikap yang sama. Bahkan di beberapa bagian analisis fenomena proses terbentuknya identitas sosial perlahan terlihat, yakni melalui (1) identifikasi, (2) kategorisasi, dan (3) dan perbandingan sosial.

Guna Warma menyadari bahwa dirinya merupakan seorang musisi yang di beberapa banyak bagian gerakan ini, musik menjadi sebuah alat pergerakan. Artinya, keterlibatan pada organisasi ForBALI mengubah wujudnya dari personil Nosstress menjadi aktor gerakan dengan membawa

massa dari Nosstress. Berikutnya, kategorisasi justru sengaja dihadirkan melalui *longmarch*, mini konser berisi orasi dari musisi atau kelian banjar, serta penggunaan atribut yakni penggunaan kaos “Bali Tolak Reklamasi”. Ini merupakan upaya ForBALI yang justru tampak disengaja untuk membentuk stereotip atas kelompok. Kesengajaan demikian, di sisi lain, menghadirkan perhatian-perhatian khusus pada warga banjar atau masyarakat adat sehingga terdapat baliho dari banjar ke banjar sebagai suatu tanda keikutsertaan mereka pada gerakan Bali Tolak Reklamasi. Oleh karena itu, pendirian baliho di tiap-tiap desa adat tidak hanya dilihat sebagai eksistensi gerakan, namun sebagai celah informasi untuk kembali melakukan strategi pendekatan awal.

Kegiatan ForBALI yang selalu melibatkan masyarakat adat dilakukan atas pertukaran informasi dan referensi, di mana hal ini mengindikasikan proses ForBALI dalam memahami kondisi khalayak. Aktor-aktor ForBALI, yang merupakan masyarakat Bali asli, juga tampak memudahkan mereka untuk memahami kondisi khalayak di daerah yang kental budaya ini. Artinya, persamaan nilai budaya ForBALI dan nilai budaya khalayak, tampak betul-betul dimanfaatkan ForBALI sebagai usaha untuk membentuk kesadaran kolektif dalam memelihara dan menjaga hubungan sosial yang harmonis. Di bagian ini lah peneliti melihat bahwa identitas gerakan ForBALI menjadi begitu cair, sebab memperlihatkan pula identitas budaya mengingat bahwa setidaknya

tradisi, bahasa, dan agama merupakan kesamaan unsur yang dapat membuat kelompok ini masih konsisten sampai sekarang.

Proses menjadi sebuah gerakan yang masif bukan satu-satunya yang dihasilkan oleh ForBALI. Gerakan ini pun memiliki sebuah *power* untuk menekan pemerintah. Hal tersebut tampak pada poin lainnya. Strategi pesan yang dijalankan oleh ForBALI dilakukan dengan membagi pesan-pesan ke dalam berbagai tema sesuai dengan kondisi khalayak. Penyajian data/fakta sebagai cara ForBALI tidak hanya untuk menguatkan pesan itu sendiri, melainkan juga sebagai strategi mereka untuk mendidik publik. ForBALI mengemas pesan mereka melalui bentuk-bentuk dan jenis yang beragam untuk memberikan keleluasan khalayak menikmati pesan yang disampaikan.

Pada tahap akhir, ForBALI menyebarkan pesan tersebut melalui berbagai jenis saluran. Media sosial menjadi media utama dan tampak secara murni digunakan sebagai instrumen kampanye oleh aktor gerakan Bali Tolak Reklamasi. Fungsi media sosial tidak hanya sebagai media komunikasi, tapi juga menjadi media perlawanan dan *counter hegemony*. Media sosial dalam gerakan Bali Tolak Reklamasi juga bertransformasi menjadi ruang diskusi virtual yang dapat menguatkan jejaring antara aktor dan khalayak.

Kendatipun tampak paling dominan, nyatanya media sosial tidak mengurangi fungsi media-media lainnya yang juga digunakan oleh

ForBALI. Penggunaan media konvensional dan alternatif menjadikan pesan tersebut semakin hidup di ruang yang lebih nyata. Seperti musik dan seni budaya yang membuat pesan Bali Tolak reklamasi dapat diterima dengan mudah karena penyampaiannya lebih santai, dan merubah konstruksi terhadap nilai aktivisme yang selama ini dirasa menakutkan.

B. Saran

1. Saran Akademis

ForBALI sebagai sebuah aliansi dan Bali Tolak Reklamasi sebagai suatu gerakan pada dasarnya sangat menarik untuk diteliti dari berbagai aspek. Di dalam penelitian selanjutnya, penjelasan mengenai strategi komunikasi politik dapat lebih diperdalam dengan menggabungkan poin-poin lain seperti dampak. Poin tersebut penting untuk ditambahkan agar dapat melihat sejauh mana strategi yang dijalankan ForBALI berhasil dilakukan.

2. Saran Praktis

Keaktifan ForBALI dalam menyampaikan pesan di media sosial tampaknya juga harus diimbangi dengan keaktifannya membalas komentar dari khalayak. Hal tersebut penting dilakukan oleh ForBALI untuk dapat memberikan batasan suatu isu tersebut didiskusikan, mengingat bahwa media sosial dalam gerakan ini telah berubah menjadi ruang diskusi virtual yang memungkinkan berbagai opini masuk dan malah membahayakan keberadaan gerakan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardial. (2010). *Komunikasi politik*. Jakarta, Indonesia: PT. Indeks.
- Ardhiahanni, D. (2016). *Aksi Solidaritas Tolak Reklamasi Teluk Benoa di Jakarta*. Kompas.com
<https://nasional.kompas.com/read/2016/03/20/11095021/Aksi.Solidaritas.Tolak.Reklamasi.Teluk.Benoa.di.Jakarta>
- Arifin, A. (2003). *Komunikasi:paradigma-teori-aplikasi-strategi & komunikasi politik*. Jakarta, Indonesia: Palai Pustaka.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta, Indonesia: Putra Grafika.
- Cangara, H. (2011). *Komunikasi politik konsep, teori dan strategi*. Jakarta, Indonesia: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cooley, C. (1992). *Human Nature and The Social Order* (e-book). New York: Schocken Books.
- Daymon, C & Holloway, I. (2008). *Metode-metode riset kualitatif dalam public relations dan marketing communication*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Bentang.
- Devitha, R. (2018). *ForBALI Tak Akan Gadaikan Gerakan Bali Tolak Reklamasi Untuk Pilkada*. Balipost.
<http://www.balipost.com/news/2018/01/13/34395/ForBALI-Tak-Akan-Gadaikan-Gerakan...html>
- Effendy, O.U. (2011). *Ilmu komunikasi: teori dan prakteknya*. Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.
- Erviani, K. (2013). *Musisi Bali teriakkan penolakan reklamasi teluk benoa lewat lagu*. Mongabay.
<https://www.mongabay.co.id/2013/08/29/musisi-bali-teriakkan-penolakan-reklamasi-teluk-benoa-lewat-lagu/>

Erviani, K. (2013). *Investor incar Teluk Benoa di Bali untuk reklamasi pulau baru*. Mongabay.

[<mongabay.co.id/2013/07/01/investor-incar-kawasan-teluk-benoa-di-bali-untuk-reklamasi-pulau-baru/>](http://mongabay.co.id/2013/07/01/investor-incar-kawasan-teluk-benoa-di-bali-untuk-reklamasi-pulau-baru/)

ForBALI. (2015). *Ditekan polisi, sesi gerakan tolak reklamasi teluk benoa dibatalkan panitia UWRF*. ForBALI.

www.forbali.org/id/ditekan-polisi-sesi-gerakan-tolak-reklamasi-teluk-benoa-dibatalkan-panitia-uwrf/

ForBALI. (2017). *Konser mini desa adat kelan*. ForBALI.

<https://www.forbali.org/id/konser-mini-desa-adat-kelan/>

Gibbens, S. (2019). *African musicians use song to protest a world marred by climate change*. National Geographic.

<https://www.nationalgeographic.com/environment/2019/01/conservation-music-spreads-environmental-message-africa/>

Heryanto, G & Rumar, S. (2013). *Komunikasi Politik (Sebuah Pengantar)*. Jakarta, Indonesia: Ghalia Indonesia.

Heryanto, G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta, Indonesia: IRCiSoD

Hogg, M. A. (2004). *The Social Identity Perspective: Intergroup Relation, Self-Conception, and Small Group*. Sall Group Research, Vol 35 No.3.pdf

Jenkins, R. (2008). *Social Identity (3rd Edition)*. United Kingdom: Routledge.

Junaedi, F. (2013). *Komunikasi politik : teori, aplikasi dan strategi di Indonesia*. Yogyakarta, Indonesia: Buku Litera

Johnson, D. P. (1986). *Teori Sosiologi Klasik dan Modern Jilid I*. Jakarta, Indonesia: Gramedia.

- Kade, G. (2017). *Media Sosial dan Demokrasi : Transformasi Aktivitas Media Sosial ke Gerakan Nyata Bali Tolak Reklamasi*. Yogyakarta, Indonesia : Polgov.
- Liliweri, A. (2007). *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta, Indonesia: PT. LKiS Pelangi Angkasa.
- Mangku, P. M. (2013). *Reklamasi Teluk Benoa Untuk Masa Depan Bali*. Biro Humas dan Protokol Setda Provinsi Bali.
<birohumas.baliprov.go.id/index.php/artikel-detail/53/reklamasi-teluk-benoa-untuk-masa-depan-bali/>
- Muhajir, A. (2015). *4 Proyek Besar di Bali yang Terlantar*. Rappler.
www.rappler.com/world/regions/asia-pacific/indonesia/84734-4-4-proyek-besar-di-bali-yang-terlantar
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ni'Am, L. (2014). *Kepengaturan dan Penolakan Relokasi: Kasus Warga Watugajah Pascabencana Gunung Merapi Tahun 2011-2013*, dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 18, Nomor 1, h.1-14.
- Norris, P. (2004). *Political Communication*. Cambridge, USA: Harvard University
- Nugroho, E.A. (2014). *Reklamasi Teluk Benoa telan 30 Triliun*. Berita Satu.
< beritasatu.com/home/reklamasi-teluk-benoa-telan-rp-30-triliun/96537 >
- Rudita, I.M. (2017). *Medsos dan Budaya Koh Ngomong*. Majalah Wartam, Edisi 33. Bali
- Setiawan, B. (2018). *ForBALI sindir pemerintah dengan berunjuk rasa pada hari libur*. Beritagar.
<beritagar.id/artikel/berita/forbali-sindir-pemerintah-dengan-berunjuk-rasa-pada-hari-libur>

- Simanjuntak, L. (2015). *WNI di Washington Demo Tolak Reklamasi Teluk Benoa*. Merdeka.
<https://m.merdeka.com/peristiwa/wni-di-washington-demo-tolak-reklamasi-teluk-benoa-.html>
- Sholichah, I. F. (2016). *Identitas sosial mahasiswa perantau etnis Madura*, dalam jurnal Psikososains. Vol.11, No.1, Februari 2016, Hal. 40-52.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sumarno. (1989). *Dimensi-dimensi Komunikasi Politik*. Bandung, Indonesia: Citra Aditya Bakti.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Suriyani, L. D. (2013). *Kado Lagu untuk Gubernur Bali Terpilih*. Balebengong.
<balebengong.id/kabar/kado-lagu-untuk-gubernur-bali-terpilih.html?lang=id>
- Sukmana, O. (2016). *Konsep dan teori gerakan sosial*. Malang, Indonesia: Intrans Publishing
- Tini. (2015). *Bentuk Penyajian Dan Fungsi Musik Tradisional Badendo Suku Dayak Kanayant Di Kalimantan Barat*. Yogyakarta: dalam Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta
- West, R. & Turner, L.H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Winata, I. N. (2009). *Miras dalam Tradisi Masyarakat Bali*. Balebengong.
<balebengong.id/kabar/miras-dalam-tradisi-masyarakat-bali.html?lang=id>
- Yuliastuti, D. (2015). *Tiga Sastrawan Bali Tolak Reklamasi di Hamburg, Jerman*. Tempo.co

<https://seleb.tempo.co/read/704513/tiga-sastrawan-bali-tolak-reklamasi-benoa-di-hamburg-jerman/full&view=ok>

Yuzuf, A.M. (2017). *Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan*. Jakarta, Indonesia: Kencana.

Zasya, T. (2018). *Peringatan 20 Tahun Reformasi: Iwan Fals Mengkritik*. Era. <era.id/read/5KUoKn-peringatan-20-tahun-reformasi-iwan-fals-mengkritik>