

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROGRAM PENGEMBANGAN
MASYARAKAT (*COMMUNITY DEVELOPMENT*):
Kasus Program *Community Development* Pada Komunitas Adat Terkena Dampak
Langsung Proyek LNG Tangguh Di Sekitar Teluk Bintuni Kabupaten Teluk
Bintuni Provinsi Papua Barat**

Afia E P Tahoba

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Teknologi Pertanian, Universitas
Papua, Jl. Gunung Salju Amban, Manokwari, Papua Barat.

e-mail: *afiatahoba@yahoo.co.id*

ABSTRAK

Program *community development* merupakan program pembangunan yang berorientasi pada rakyat yaitu menekankan adanya proses pemberdayaan, partisipasi dan peran langsung warga dalam proses pembangunan di tingkat komunitas. Komunikasi pembangunan merupakan alat untuk menghasilkan partisipasi masyarakat atau merupakan cara yang harus ditempuh untuk membangkitkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan. Dengan demikian, program pengembangan masyarakat memerlukan strategi komunikasi pembangunan mencapai partisipasi masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi kemacetan dalam proses komunikasi berdasarkan unsur komunikasi, serta merancang strategi komunikasi dalam program *community development*. Penelitian ini dianalisa secara deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara perorangan, dan *focus group discussion* dan *depth interview* dengan tokoh masyarakat adat, aparat desa dan bagian internal perusahaan. Strategi komunikasi pembangunan dalam program pengembangan masyarakat (*community development*) pada komunitas adat di daerah sekitar Teluk Bintuni adalah peningkatan kesadaran partisipasi pembangunan dengan melakukan pendekatan persuasif melibatkan peran serta tokoh adat, memberikan undangan atau jadwal pertemuan secara langsung sehingga masyarakat merasa dihargai atau merasa dibutuhkan dalam proses komunikasi, menciptakan iklim komunikasi yang dapat merangsang para partisipan berani mengeluarkan pendapat atau ide pembangunan dengan memanfaatkan saluran komunikasi tradisional yang berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat yaitu acara *gelar tikar adat* serta mengembangkan komunikasi partisipatoris dalam komunikasi kelompok.

Kata kunci: program *community development*, Teluk Bintuni

PENDAHULUAN

Pembangunan pada dasarnya adalah suatu proses perubahan yang telah direncanakan secara sistematis mengarah pada kondisi yang lebih baik. Melihat pembangunan sebagai sesuatu yang direncanakan secara sistematis, menunjukkan bahwa melaksanakan pembangunan bukanlah hal yang mudah tetapi memerlukan berbagai paradigma, model pembangunan yang tepat.

Salah satu kesalahan pembangunan pada masa lalu adalah penggunaan model pembangunan yang berorientasi pada mengejar pertumbuhan ekonomi semata, dimana proses perencanaan dan pengambilan keputusan dalam program pembangunan kerap kali dilakukan secara *top-down*. Program yang dilakukan dengan pendekatan dari atas ke bawah sering tidak berhasil dan kurang memberi manfaat kepada masyarakat. Masyarakat kurang dilibatkan sehingga mereka kurang bertanggung jawab terhadap program dan keberhasilannya, bantuan yang diberikan menciptakan ketergantungan yang pada gilirannya akan lebih menyusahakan masyarakat dari pada menolongnya, serta terkadang tidak sesuai kebutuhan dan prioritas masyarakat.

Berdasarkan pengalaman demikian, maka pendekatan pembangunan yang sekarang ini lebih menekankan pada model pembangunan *bottom-up* yaitu pendekatan pembangunan yang berorientasi pada rakyat. Pendekatan ini menuntut adanya partisipasi masyarakat dalam pembangunan dan menekankan upaya pemberdayaan (*empowerment*) terhadap rakyat menuju kemandirian.

Community development merupakan salah satu program pembangunan yang berorientasi pada rakyat. *Community development* pada garis besarnya dapat ditinjau dalam dua pengertian. Pertama, dalam arti luas bermakna sebagai perubahan sosial terencana dengan sasaran perbaikan dan peningkatan bidang ekonomi dan sosial. Kedua, dalam arti sempit adalah perubahan sosial terencana di lokasi tertentu dusun, kampung, desa, kota kecil dan kota besar, dikaitkan dengan proyek yang berhubungan dengan upaya pemenuhan kebutuhan lokal, sepanjang mampu dikelola sendiri dan dengan bantuan sementara dari pihak luar. Jadi esensi *community development* yang kemudian mengilhami model pembangunan yang berpusat pada rakyat adalah upaya pemberdayaan (*empowerment*) rakyat berdasarkan integrasi ide-ide kemandirian.

Kegiatan *community development* dirancang berdasarkan prakarsa dan partisipasi masyarakat dengan orientasi kebutuhan, potensi dan kemampuan komunitas lokal, namun memperhatikan variasi dan perbedaan yang ada dalam komunitas. Menurut Moeljarto Tjokrowinoto, titik berat dari *community development* terletak pada pembangunan masyarakatnya, dengan titik tekan pada pembentukan kader pembangunan yang diharapkan dapat menopang tercapainya masyarakat yang berswasembada.

Salah satu pendekatan untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat adalah melalui komunikasi pembangunan. Komunikasi pembangunan adalah proses interaksi seluruh warga masyarakat, untuk tumbuhnya kesadaran dan menggerakkan partisipasi mereka dalam proses perubahan terencana, demi tercapainya perbaikan mutu hidup secara berkesinambungan, dengan menggunakan teknologi atau menerapkan ide-ide yang sudah terpilih (Mardikanto 1987). Dengan demikian komunikasi pembangunan memiliki peran penting dalam pembangunan yang berorientasi pada rakyat. Partisipasi tercipta melalui komunikasi dan dengan komunikasi, pesan-pesan pembangunan dapat disampaikan dalam upaya pemberdayaan masyarakat atau dalam program pengembangan masyarakat (*community development*). Titik tolaknya adalah untuk memandirikan masyarakat

agar dapat meningkatkan taraf hidupnya dengan mengoptimalkan sumberdaya manusia dan sumberdaya alam sebaik mungkin.

Komunikasi merupakan perencanaan yang sistematis maka diperlukan strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan. Efek komunikasi dalam pembangunan didefinisikan sebagai situasi komunikasi yang memungkinkan munculnya partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela, murni dan bertanggung jawab (Hamijoyo 2001).

Kabupaten Teluk Bintuni merupakan salah satu kabupaten pemekaran dari kabupaten Manokwari provinsi Papua Barat. Kabupaten ini memiliki sumberdaya alam yang cukup besar yang dikelola oleh perusahaan BP (*British Petroleum*) dalam proyek LNG (*liquefied natural gas*) Tangguh. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat adat terkena dampak langsung proyek, maka perusahaan bekerjasama dengan pemerintah melakukan program *community development* menggunakan pendekatan komunikasi partisipatoris. Hal ini berarti program pembangunan atau kegiatan-kegiatan dalam *community development* merupakan aspirasi masyarakat yang dapat menjawab masalah atau kebutuhan masyarakat setempat namun kenyataan yang terjadi, masih saja terjadi konflik antara masyarakat adat dengan perusahaan dan pemerintah (komunikator atau agen pembangunan). Hasil penelitian Tahoba (2011) pada lokasi yang sama menemukan bahwa terdapat hubungan korelasi antara konflik masyarakat dengan aktivitas komunikasi yang terjadi. Konflik merupakan efek yang tidak diharapkan dalam komunikasi. Adanya konflik menunjukkan perencanaan komunikasi yang dilakukan kurang tepat. Menurut Hamijoyo (2001), adanya konflik dalam aktivitas komunikasi adalah bukti bahwa adanya kemacetan komunikasi.

Berdasarkan masalah tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kemacetan dalam proses komunikasi berdasarkan unsur komunikasi (komunikator, media, pesan, sasaran dan efek) serta merancang strategi komunikasi dalam program *community development*.

Penelitian ini dianalisa secara deskriptif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara secara perorangan yang menjadi responden dan secara kelompok (*focus group discussion*). Selain itu, data diperoleh dari wawancara mendalam (*depth interview*) dengan tokoh masyarakat adat, aparat desa dan bagian internal perusahaan, sedangkan data sekunder diperoleh melalui telaah dokumen dan pustaka dari berbagai sumber yang terkait.

STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT (COMMUNITY DEVELOPMENT)

Strategi komunikasi pembangunan yang diterapkan di setiap wilayah atau komunitas dapat sangat beragam, tergantung pada latar belakang masing-masing anggota masyarakat, dan keadaan lingkungan alam dan sosial setempat. Artinya strategi komunikasi pembangunan yang baik, dapat saja ditolak oleh masyarakat sasaran di wilayah tertentu karena tidak disukai atau tidak sesuai dengan keadaan.

Dengan kata lain, setiap strategi komunikasi pembangunan harus direncanakan secara spesifik tergantung pada latarbelakang pribadi anggota komunitas serta keadaan sosial dan alam setempat. Disamping itu, komunikasi pembangunan harus selalu diselaraskan dengan keadaan karakteristik komunikasi masyarakat yang melibatkan unsur-unsur komunikasi (komunikator, isi pesan, saluran komunikasi, dan sasaran komunikasi).

Pada pengembangan masyarakat, strategi komunikasi pembangunan merupakan alat atau jalan mencapai partisipasi masyarakat dan juga merancang pesan pembangunan yang diperlukan dalam proses perubahan perilaku masyarakat, dalam artian memiliki pengetahuan, keterampilan dan sikap untuk berperilaku menerapkan pesan pembangunan (ide-ide atau teknologi) yang terpilih guna mencapai perbaikan mutu hidup yang diharapkan.

Kondisi Komunitas Terkena Dampak Langsung Proyek LNG Tangguh Di Daerah Sekitar Teluk Bintuni

Komunitas yang mendiami kampung-kampung di daerah sekitar teluk Bintuni merupakan komunitas adat yang berasal dari suku besar Sebyar Kembarano Dambando dan memiliki kepala suku besar. Di samping itu, setiap kampung memiliki tokoh-tokoh adatnya masing-masing, yang biasanya disebut juga sebagai kepala suku. Masyarakat suku ini tunduk dan taat kepada aturan adat yang berlaku. Peranan kepala suku sangat besar dan strategis dalam urusan-urusan adat istiadat dalam suku, antar suku, urusan masyarakat dengan pemerintah dan perusahaan dalam hak ulayat atas tanah dan dusun sagu. Salah satu media tradisional yang biasa dilakukan untuk musyawah adat besar dalam mempersatukan suku besar Sebyar Kembarano Dambando adalah *Gelar Alas Tikar Adat*. Musyawarah ini telah berhasil menghasilkan sejumlah saran dan tuntutan masyarakat adat yang disampaikan kepada pemerintah dan perusahaan *British Petroleum*.

Sebagian besar dari komunitas ini memiliki mata pencaharian sebagai peramu dan nelayan, yang diwarisi sejak lama. Hal ini disebabkan letak geografis kampung yang berada pada pesisir teluk Bintuni. Sepertiga wilayahnya adalah daerah rawa yang ditumbuhi hutan sagu dan bakau. Keadaan ini membuat masyarakat hanya memiliki rumah panggung dan berjalan di atas jembatan kayu atau papan yang dibangun oleh masyarakat untuk menghubungkan rumah-rumah warga. Kampung-kampung ini diapit oleh dua sungai besar yaitu sungai Weriar dan sungai Arandai. Pada umumnya sungai-sungai yang bermuara di Teluk Bintuni, pada waktu surut kedalamannya kurang dari satu meter dan memiliki warna air sungai keruh atau kuning kecoklatan. Keadaan ini membuat komunitas ini susah mendapatkan air bersih untuk keperluan konsumsi dan hanya berharap pada air hujan, sehingga tidak mengherankan jika penyakit yang sering diderita adalah malaria, demam berdarah dan diare.

Letak kampung yang berada pada daerah pesisir teluk yang dipenuhi hutan bakau membuat daerah ini kaya akan sumber daya laut seperti ikan, kepiting dan udang yang dapat dijadikan sebagai komoditi unggulan bagi pemasukan pendapatan masyarakat. Kisaran rata-rata pendapatan dari hasil tangkapan udang

antara Rp. 150.000,- sampai 350.000,-/hari. Nelayan ini pada umumnya mampu mendapatkan udang per hari dapat mencapai 5–10 kg, dan dijual langsung kepada pedagang pengumpul yang datang langsung ke areal penangkapan dengan harga Rp.35.000,-/kg. Oleh pedagang pengumpul, udang-udang tersebut dijual lagi pada sebuah perusahaan udang di kabupaten Sorong untuk di ekspor ke Korea, Cina dan Jepang dengan harga US \$ 10,-/kg.

Pendapatan nelayan udang di daerah ini cukup besar namun hasil tersebut belum bisa mencukupi kebutuhan fisiologisnya, hal ini disebabkan oleh harga kebutuhan pokok dan harga alat-alat produksi yang tinggi seperti jaring udang dan BBM. Selain itu, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pemenuhan kebutuhan yang paling prioritas. Banyak pengeluaran yang dikeluarkan untuk membeli produk yang bukan kebutuhan utama, seperti konsumsi rokok dan pinang yang bisa dikeluarkan berkisar antara Rp. 50.000,- sampai Rp. 100.000,-/hari/KK. Dalam sebulan dapat mencapai Rp. 1.500.000 – 3.000.000,- sehingga perlu adanya kesadaran masyarakat tentang pengelolaan keuangan rumah tangga. Sebagian besar masyarakat sebagai peramu adalah yang mengambil kebutuhan sehari-hari langsung dari alam, seperti menokok sagu dan menangkap ikan dengan peralatan sederhana untuk keperluan konsumsi saja. Pekerjaan sebagai peramu ini membuat masyarakat tidak memiliki kemampuan yang berorientasi komersil dengan memanfaatkan peluang pasar udang yang ada. Hal ini disebabkan tidak tersedianya alat tangkap, kurangnya pengetahuan yang berkaitan dengan pekerjaan sebagai nelayan, sehingga masyarakat sering menangkap hasil perikanan dengan bahan yang tidak ramah lingkungan seperti racun serangga.

Aktivitas sehari-hari turut ditentukan oleh tersedianya kebutuhan fisiologis penduduk, terutama sandang, pangan dan papan. Kebutuhan sandang penduduk di dipenuhi dari luar kampung. Kebutuhan papan apa adanya, juga disediakan mereka sendiri dengan bahan atau alat dari luar dan bahan lokal sedangkan kebutuhan pangan berasal dari sumber daya alam yang tersedia, yaitu ikan, udang, kepiting dan sagu atau papeda sebagai makan pokok. Selain itu, perusahaan memberikan dana pengembangan kampung yang terkena dampak langsung proyek LNG Tangguh sebesar Rp. 300.000.000,-/tahun selama sepuluh tahun yang digunakan untuk membangun sarana prasarana kampung dan membiayai kegiatan-kegiatan *community development*. Setiap program dilakukan dengan dana tersebut melalui musyawarah perencanaan program dengan pendekatan komunikasi partisipatoris.

Kondisi Aktivitas Komunikasi Pembangunan dalam Program *Community Development*

Aktivitas komunikasi melalui program *community development* di daerah penelitian terdiri dari (a) aktivitas komunikasi dalam proses musyawarah penyusunan rencana program pembangunan, seperti rencana program pembangunan infrastruktur umum; dan (b) aktivitas komunikasi dalam kegiatan penyuluhan kepada masyarakat berupa kegiatan-kegiatan penyuluhan di bidang kesehatan, pertanian dan perikanan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat.

Tinggi rendahnya aktivitas komunikasi melalui program *community development* ditentukan berdasarkan intensitas komunikasi, teknik komunikasi dan model komunikasi yang digunakan pada setiap bidang kegiatan *community development*. Secara keseluruhan aktivitas komunikasi melalui program *community development* di daerah penelitian dikategorikan "rendah" atau "tidak efektif". Hal ini disebabkan oleh intensitas komunikasi, teknik komunikasi dan model komunikasi yang relatif rendah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas komunikasi melalui program *community development* di daerah penelitian dikategorikan rendah karena frekuensi komunikasi perusahaan dengan masyarakat adat sangat sedikit yaitu 1 – 3 kali dalam setahun, dan dalam proses komunikasi musyawarah penyusunan rencana program, sebagian masyarakat desa tidak dilibatkan oleh perusahaan tetapi hanya diwakili oleh kepala kampung dan aparatnya, serta Panitia Pengembangan Kampung.

Hasil wawancara dengan ketua *Community Development* distrik Weriagar, Hengky Soroat mengatakan "aktivitas komunikasi publik perusahaan di setiap kampung tidak membatasi warga masyarakat atau diwakili oleh kepala kampung dan aparatnya saja tetapi dalam bentuk komunikasi terbuka dengan melibatkan seluruh warga masyarakat kampung", hanya saja proses penyampaiannya tidak disampaikan secara langsung kepada seluruh warga masyarakat, tetapi melalui kepala-kepala kampung dengan harapan kepala kampung dapat menyebarkan informasi tersebut kepada seluruh warga masyarakat. Hal ini tentu menyebabkan terjadinya kesenjangan komunikasi antara perusahaan dengan warga masyarakat adat. Perusahaan menganggap seluruh warga masyarakat telah diundang sedangkan masyarakat menganggap mereka tidak diundang dan hanya diikuti oleh kepala-kepala kampung dan aparatnya saja.

Dalam ilmu komunikasi, menurut Vardiansyah (2004), proses komunikasi seperti di atas (di bidang suplai tenaga kerja) artinya melibatkan manusia sebagai medium. Namun medium yang digunakan tidak efektif sehingga pesan suplai tenaga kerja tidak sampai kepada masyarakat. Hal ini memberikan peluang kepala kampung hanya memilih kerabat dekatnya saja (sikap nepotisme) untuk mengikuti kegiatan-kegiatan *community development*. Kondisi ini akan menimbulkan kecemburuan sosial yang dapat memicu konflik antar perusahaan maupun dengan aparat kampung. Dilla (2007) mengemukakan, dalam berkomunikasi kita perlu mengembangkan sikap terbuka sehingga dapat menimbulkan rasa percaya (*trust*) dari penerima pesan, karena tanpa keterbukaan akan timbul sikap saling curiga.

Dengan demikian perusahaan harus dapat merubah dan memilih saluran atau media komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi seluruh warga masyarakat dalam program *community development*. Hamad (2005) menyatakan bahwa komunikasi jangan dianggap sebagai proses penyampaian pesan yang relatif lancar tanpa hambatan tetapi dalam pendistribusian pesan yang merata di tengah masyarakat, komunikator perlu melakukan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan efek yang diinginkan oleh komunikator. Jika efek yang diinginkan adalah partisipasi masyarakat maka pendekatan komunikasi yang digunakan sebaiknya komunikasi non media atau tatap muka yang bersifat persuasif.

Khususnya dalam proses penyuluhan, penggunaan media yang beragam sangat diperlukan. Pemilihan media penyampaian pesan yang tepat akan mempercepat tercapainya tujuan dari penyuluhan. Media komunikasi yang dipilih hendaknya disesuaikan dengan tujuan komunikasi dan keadaan sosial budaya masyarakat setempat, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima. Media penyampaian pesan yang digunakan oleh komunikator dalam proses penyuluhan hanya berupa infokus dan salinan materi penyuluhan. Materi penyuluhan yang dibagikan juga terbatas sehingga hanya kepada warga dapat membaca, sedangkan bagi warga yang buta aksara perlu cara lain. Menurut pendapat Effendy (1990), bahwa salah satu komponen komunikasi yang perlu diperhatikan supaya komunikasi efektif adalah saluran atau media komunikasi yang digunakan. Penggunaan media komunikasi tentunya akan mempermudah masyarakat untuk mengerti isi pesan yang disampaikan oleh perusahaan.

Model komunikasi yang digunakan perusahaan dikategorikan "tidak efektif". Hal ini disebabkan sebagian besar responden tidak terlibat atau berpartisipasi dalam proses komunikasi secara langsung berkomunikasi tatap muka dengan komunikator. Walaupun penggunaan model yang digunakan dalam kegiatan musyawarah penyusunan rencana program pembangunan kampung sudah sangat tepat, yaitu menggunakan model komunikasi dua arah atau partisipatoris.

Dikatakan model komunikasi partisipatoris sebab semua masyarakat diundang untuk lebih berpartisipasi dalam proses komunikasi sampai dengan pengambilan keputusan, dilakukan secara demokratis. Dalam hal ini, setiap orang yang terlibat dalam proses komunikasi memiliki kesamaan kedudukan dalam berkomunikasi artinya tidak ada perbedaan antara komunikator dan komunikan. Komunikan juga dapat sebagai sumber informasi atau komunikator. Komunikator juga dapat berperan sebagai komunikan atau penerima informasi, karena itu dalam komunikasi partisipasi aktivitas komunikasi bukan kegiatan memberi dan menerima melainkan berbagi atau berdialog. Isi komunikasi bukan lagi pesan yang dirancang oleh sumber dari atas, melainkan fakta, kejadian, masalah, kebutuhan yang dimodifikasikan menjadi tema. Tema inilah yang disoroti, dibicarakan dan dianalisa. Semua suara didengar dan diperhatikan untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Maka yang terlibat dalam model komunikasi ini bukan lagi "sumber dan penerima" melainkan partisipan yang satu dengan yang lain.

Menurut Mulyana (2007) komunikasi partisipatoris ini dalam istilah populer sebagai model komunikasi konvergen yang berarti berusaha menuju pengertian yang bersifat timbal balik diantara partisipan komunikasi dalam perhatian, pengertian dan kebutuhan. Pendekatan komunikasi partisipatoris ini sangat efektif dalam perencanaan pembangunan yang berbasis masyarakat, selain itu pendekatan ini akan meretes jalan tumbuhnya kreatifitas dan kompetensi masyarakat dalam mengomunikasikan gagasannya.

Model komunikasi partisipatoris ini sudah cukup baik digunakan oleh perusahaan, namun hanya sebagian kecil masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi ini. Berdasarkan pengamatan peneliti dalam proses penyuluhan dan kegiatan musyawarah penyusunan program, komunikator kurang menciptakan iklim yang mendukung agar para partisipan tidak malu dan mampu untuk bertanya atau

mengeluarkan pendapatnya. Kenyataan yang ditemukan, hanya orang-orang yang sudah terbiasa mengeluarkan pendapatnya saja yang sering berbicara atau bertanya. Hal ini berdampak pada perencanaan program *community development* yang tidak mewakili aspirasi sebagian besar masyarakat, sehingga menyebabkan pesan pembangunan yang dirancang tidak sesuai dengan kebutuhan atau permasalahan masyarakat kampung.

Nursahid (2008) berpendapat bahwa program *community development* akan dikatakan berhasil jika dalam penyusunan dan pelaksanaan program diikuti dengan keterlibatan masyarakat yang tinggi. Hamad (2005) menyatakan bahwa dalam proses komunikasi, para partisipan dalam komunikasi harus dapat dilibatkan sehingga merasa menjadi bagian dari komunitas dan merasa saling memiliki komunitas, sehingga perusahaan komunikator perlu memotivasi semua masyarakat untuk terlibat dalam proses komunikasi khususnya dalam penyusunan program *community development*.

Banyaknya masyarakat yang tidak terlibat dalam program *community development* di daerah penelitian ini menciptakan perbedaan komunikasi antar masyarakat yang berpartisipasi dengan masyarakat yang tidak berpartisipasi. Masyarakat yang berpartisipasi lebih mengalami perubahan pengetahuan, keterampilan sikap akibat penyampaian pesan atau inovasi yang ditawarkan dibandingkan dengan masyarakat yang tidak berpartisipasi yang cenderung untuk menunjukkan sikap acuh atau malas tahu tentang pesan pembangunan yang disampaikan. Oleh karena itu diperlukan strategi komunikasi untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat.

Strategi Komunikasi Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Program Pengembangan Masyarakat

Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan. Efek komunikasi dalam pembangunan didefinisikan sebagai situasi komunikasi yang memungkinkan munculnya partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela, murni dan bertanggung jawab (Hamijoyo 2005). Perumusan strategi komunikasi tidak terlepas dari pemahaman unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi. Kemacetan dalam proses komunikasi menunjukkan strategi komunikasi yang digunakan tidak tepat.

Sesuai dengan penjelasan kondisi aktual aktivitas komunikasi yang terjadi pada daerah penelitian, maka untuk menciptakan efek partisipasi masyarakat dalam musyawarah perencanaan program *community development*, komunikator (pemerintah dan perusahaan) harus dapat menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya berpartisipasi dalam pembangunan, dengan melakukan pendekatan persuasif melibatkan peran serta tokoh adat karena komunitas pada daerah penelitian ini merupakan komunitas adat dan hidup berdasarkan norma adat yang berlaku, memberikan undangan atau jadwal pertemuan secara langsung sehingga masyarakat merasa dihargai atau merasa dibutuhkan dalam proses komunikasi. Penggunaan media komunikasi yang beragam sesuai dengan keadaan sosial budaya

masyarakat, komunikator harus dapat menciptakan iklim komunikasi yang dapat merangsang para partisipan berani mengeluarkan pendapat atau ide pembangunan sehingga tidak didominasi oleh orang-orang yang pandai dalam berbicara saja, ini dapat dilakukan dengan pendekatan komunikasi interpersonal dengan cara mendatangi warga dan menanyakan permasalahannya, dan atau komunikator dapat memanfaatkan saluran komunikasi tradisional yang berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat yaitu acara *gelar tikar adat*.

Gelar tikar adat telah berhasil menghasilkan sejumlah saran dan tuntutan masyarakat adat yang disampaikan kepada pemerintah dan perusahaan BP, sehingga komunikator dapat memfungsikan media ini sebagai ajang meningkatkan partisipasi masyarakat. Memanfaatkan media tradisional akan mempercepat partisipasi masyarakat karena masyarakat merasa menjadi bagian dari komunitas adat suku besar Sebyar Kembarano Dambando yang mengadakan pesta adat gelar tikar adat. Hal ini juga akan mempermudah masyarakat mengemukakan permasalahan yang dihadapi karena menggunakan bahasa daerah, sehingga komunikator perlu menempatkan petugas pengembangan masyarakat dari warga terdidik asli daerah.

Desain Pesan Komunikasi Pembangunan dalam Program *Community Development*

Strategi komunikasi pembangunan bukan hanya menyangkut meningkatkan partisipasi masyarakat tetapi bagaimana menciptakan ide atau pesan melalui penyebaran informasi yang berguna sesuai dengan kebutuhan dan prioritas masyarakat sehingga membawa perubahan pengetahuan, keterampilan dan sikap sehingga mampu melihat masalahnya dan menyelesaikan masalahnya sendiri tanpa bergantung dari pihak lain.

Pada program *community development*, pesan komunikasi harus dapat memandirikan masyarakat agar dapat meningkatkan taraf hidupnya, mengoptimalkan SDM dan SDA sebaik mungkin. Merencanakan suatu pesan pembangunan dilakukan dengan mengidentifikasi masalah yang menjadi kebutuhan sasaran dengan mengenal kondisi sosial komunitas setempat dan keadaan alam setempat untuk dapat memecahkan masalah.

Potensi yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan masyarakat di daerah sekitar teluk Bintuni adalah hasil tangkapan ikan, kepiting, udang, ketersediaan pasar untuk komoditi udang, adanya perusahaan BP dan dana pengembangan masyarakat sebesar Rp. 300.000.000,- per tahun. Masalah yang ditemukan dan pesan pembangunan untuk menyelesaikan masalah yang ada berdasarkan potensi yang ada, dijabarkan dalam Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa jika pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menjawab permasalahan yang dihadapi maka yang terjadi adalah perubahan pengetahuan, keterampilan dan sikap bahkan terjadi perubahan peningkatan pendapatan. Hal ini berarti tujuan komunikasi pembangunan untuk menyampaikan informasi atau ide-ide pembangunan yang membawa perubahan masyarakat dapat tercapai. Dengan adanya perubahan tersebut, masyarakat akan

mengubah perilakunya, semakin berdaya dan mandiri untuk menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan mereka dengan memanfaatkan potensi yang ada tanpa ada ketergantungan dari pihak lain.

Tabel 1. Pesan Komunikasi dalam program *community development*.

Masalah	Pesan Komunikasi	Efek
Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai teknik penggunaan teknologi dalam membantu keberlangsungan hidup (dalam hal mata pencahariannya sebagai nelayan)	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrasi penggunaan teknologi dalam penangkapan ikan, kepiting dan udang dengan tidak mengeksplo- rasinya secara besar-besaran 	Perubahan pengetahuan, keterampilan & sikap
Penangkapan hasil perikanan yang tidak ramah lingkungan.	<ul style="list-style-type: none"> Penyuluhan dan penerangan yang intensif tentang bahaya dari penggunaan bahan kimia terhadap diri sendiri, kesinambungan hasil tangkapan dan lingkungan 	Perubahan pengetahuan
Kurangnya pengetahuan pengelolaan hasil laut karena penangkapan yang berlebihan (cepat busuk)	<ul style="list-style-type: none"> Penyuluhan pembuatan abon ikan, terasi udang, ikan asin, dan lain-lain 	Perubahan pengetahuan
Kurangnya SDM untuk bekerja sebagai karyawan perusahaan BP.	<ul style="list-style-type: none"> Pelatihan atau magang tenaga kerja 	Perubahan pengetahuan
Minimnya pengetahuan budidaya pertanian hortikultura yang sesuai dengan kondisi geografis daerah payau sehingga kurang mengkonsumsi sayur-sayuran	<ul style="list-style-type: none"> Penyuluhan pentingnya konsumsi sayur Pembekalan teknis mengenai cara bercocok tanam yang sesuai dengan kondisi daerah 	Perubahan pengetahuan
Seringnya penyakit malaria, demam berdarah dan diare karena sanitasi yang kurang baik	<ul style="list-style-type: none"> Penyuluhan tentang bahaya dan pencegahan penyakit malaria dan demam berdarah Penyuluhan sanitasi yang baik 	Perubahan pengetahuan, keterampilan & sikap
Kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan rumah tangga.	<ul style="list-style-type: none"> Penyuluhan tentang pengelolaan keuangan Penyuluhan tentang manfaat menabung Koperasi simpan pinjam 	Perubahan pengetahuan, keterampilan & sikap
Keterbatasan alat tangkap untuk komoditi udang	<ul style="list-style-type: none"> Bantuan Peralatan Tangkap 	Perubahan Pendapatan
Tidak tersedia pasar untuk komoditi ikan dan kepiting	<ul style="list-style-type: none"> Perusahaan harus dapat membeli hasil tangkapan untuk keperluan konsumtif perusahaan 	Perubahan Pendapatan

Sumber: Data penelitian yang dianalisa.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi pembangunan dalam program pengembangan masyarakat (*community development*) pada komunitas masyarakat adat di daerah sekitar Teluk Bintuni adalah mendesain pesan komunikasi yang dapat menciptakan

kemandirian, peningkatan kesadaran partisipasi pembangunan, dengan melakukan pendekatan persuasif melibatkan peran serta tokoh adat, menciptakan iklim komunikasi yang dapat merangsang para partisipan berani mengeluarkan pendapat atau ide pembangunan dan memanfaatkan saluran komunikasi tradisional yang berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat yaitu acara *gelar tikar adat* serta mengembangkan komunikasi partisipatoris dalam kelompok masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dilla S. 2007. Komunikasi Pembangunan: Pendekatan Terpadu. Bandung: Refika Offsed.
- Effendy OU. 1990. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hamad I. 2005. Strategi Komunikasi untuk Menyukkseskan Program Investasi Sosial. Dalam buku Investasi Sosial. Jakarta: Suspensos.
- Hamijoyo S. 2001. Konflik Sosial dengan Tindak Kekerasan dan Peranan Komunikasi. Jurnal Mediator Volume 2 Nomor 1. Bandung.
- Mardikanto. 1987. Penyuluhan Pembangunan Pertanian. Surakarta: Sebelas Maret Univ Pr.
- Mulyana. 2007. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nursahid F. 2008. CSR Bidang Kesehatan dan Pendidikan Mengembangkan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Indonesia Business Links.
- Tahoba A. 2011. Hubungan Aktivitas Komunikasi Publik Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dengan Kepuasan Publik dan Perilaku Konflik. (Kasus Konflik Perusahaan BP LNG Tangguh dengan Masyarakat Adat Teluk Bintuni Kabupaten Teluk Bintuni Provinsi Papua Barat. [Tesis] Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Vardiansyah. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual. Bogor: Ghalia Indonesia.