

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan dimana masyarakat berniatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. Di sisi lain, salah satu kata kunci pada saat ini yang sering didengungkan oleh semua lapisan masyarakat adalah kata peningkatan sumberdaya manusia. Kata tersebut mempunyai makna lebih spesifik lagi menyangkut bagaimana mengangkat kondisi masyarakat yang ada menjadi lebih baik dimasa mendatang. Sebagai bagian integral dari pembangunan nasional, pemberdayaan masyarakat mendapatkan perhatian yang sangat besar dan dituangkan dalam bentuk kebijakan nasional.

Dalam periode waktu 2020-2045, Indonesia akan mengalami bonus demografi. Bonus demografi merupakan suatu kondisi dimana jumlah penduduk usia produktif, 15-60 tahun berjumlah dua kali lebih besar dari jumlah usia non produktif. Apabila kebijakan - kebijakan pemerintah mendukung berkembangnya penduduk usia produktif, maka Indonesia akan mengikuti jejak negara-negara maju seperti Cina dan Jepang. Namun, apabila pemerintah dan masyarakat Indonesia gagap akan kondisi tersebut dan terlambat menyikapinya maka yang terjadi adalah sebaliknya yakni kemunduran, karena naiknya penduduk usia produktif tanpa dukungan peningkatan

kualitas dan lapangan pekerjaan akan membahayakan kondisi bangsa ini. Tentunya situasi yang kedua bukanlah harapan bangsa Indonesia. (Prisca, 2017)

Kota Semarang adalah kota yang mempunyai julukan sebagai kota ATLAS (Aman, Tertib, Lancar, Asri, dan Sehat). Semarang merupakan kota metropolitan terbesar di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, Bandung dan Medan.

Tabel 1.1 Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin *Population by Group Age and Sex Kota Semarang (Update tahun 2017)*

Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin <i>Population by Group Age and Sex</i>			
Kota Semarang / Semarang Municipality			
Kelompok Umur <i>Group Age</i>	Jenis Kelamin / Sex		
	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki + Perempuan
0-4	64,209	60,292	124,501
5-9	63,431	59,833	123,264
10-14	61,039	58,594	119,633
15-19	70,817	76,732	147,549
20-24	77,856	81,190	159,046
25-29	72,897	74,590	147,487
30-34	67,275	69,441	136,716
35-39	59,624	62,694	122,318
40-44	55,330	60,584	115,914
45-49	49,293	54,314	103,607
50-54	43,282	44,158	87,440
55-59	31,997	29,857	61,854
60-64	16,860	18,297	35,157
65-69	12,502	15,274	27,776
70-74	8,932	12,084	21,016
75-79	5,400	7,765	13,165
80-84	2,524	3,686	6,210
85-89	933	1,508	2,441
90-94	220	397	617
95+	66	207	273
Jumlah	764,487	791,497	1,555,984

*Sumber: Data Sensus Penduduk 2010 - Badan Pusat Statistik Republik Indonesia
Source : 2010 Population Census Data - Central Bureau of Statistics of the Republic of Indonesia*

Sumber :

<https://semarangkota.bps.go.id/> Diakses 28 September 2018 (5.56 WIB)

Berdasarkan data BPS tahun 2017, jumlah penduduk Kota Semarang mencapai 1,555,984 jiwa. Banyaknya penduduk Kota Semarang tersebar di 16 kecamatan. Besarnya wilayah Kota Semarang, terdapat ruang terbuka hijau maupun

banyak fasilitas umum dibangun untuk mendukung program pemerintah. Namun, tidak menutup kemungkinan banyak wilayah kumuh yang terbengkalai akibat kurangnya perhatian dari pemerintah dan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan yang terbaik.

Sesuai dengan semboyan kota ATLAS (Aman, Tertib, Lancar, Asri, dan Sehat) beberapa tahun belakang ini Pemerintah Kota Semarang sedang gencar dengan berbondong-bondong menonjolkan daerah kawasan dengan dibangun kampung dari masing-masing kecamatan dan kelurahan. Pemerintah mempunyai program yaitu kampung tematik. Kampung tematik berfungsi sebagai (1) Mengubah lokasi kumuh menjadi tidak kumuh / peningkatan / perbaikan kondisi lingkungan, (2) Peningkatan penghijauan wilayah yang intensif, (3) Pelibatan partisipasi masyarakat secara aktif, (4) Mengangkat potensi sosial dan ekonomi masyarakat setempat (pemberdayaan).

Keterlibatan partisipasi masyarakat beserta lembaga – lembaga yang ada bertujuan untuk membangun trademark atau karakteristik lingkungan melalui peningkatan atau pengembangan potensi - potensi lokal yang dimiliki di wilayah tersebut. Potensi – potensi tersebut dapat berupa (1) Usaha masyarakat yang dominan dan menjadi mata pencaharian pokok sebagian besar warga di wilayah tersebut, (2) Karakter masyarakat yang mendidik (budaya, tradisi, kearifan lokal), (3) Masyarakat dan lingkungan yang sehat, (4) Home industri ramah lingkungan, (5) Kerajinan masyarakat, (6) Ciri khas setempat yang lebih kuat atau tidak dimiliki kampung lain dan bisa menjadi ikon wilayah.

Wisata merupakan hal yang menarik bagi setiap orang. Banyak hal yang didapat dari wisata, diantaranya membuat hati menjadi tenang, tenang dan menyejukkan hati. Oleh karena itu banyak objek wisata yang menjadi pusat kunjungan bagi setiap orang. Selain itu juga banyak hal yang diuntungkan dengan adanya objek wisata. Penduduk sekitar juga senang karena mendatangkan pemasukan bagi daerah. Setiap daerah pun mempunyai objek wisata masing-masing yang menjadi ciri khas kota tersebut. (Yulia, 2017)

Kampung Gunung Brintik merupakan perkampungan kumuh yang tidak tertata dengan rimbunan tanaman liar dan dinding-dinding batu bata merah yang belum berplester. Kampung tersebut terletak persis di pinggir Kali Semarang, terdiri atas kurang lebih 325 rumah. Pada mulanya perkampungan tersebut malah terkenal sebagai kampungnya preman Semarang dikarenakan banyak pendatang baru yang tidak memiliki pekerjaan sehingga menjadi preman dan bermukim secara ilegal.

Kampung Gunung Brintik bertransformasi menjadi sebuah kampung yang memiliki wajah kampung yang menarik, berwarna-warni, dan bahkan menjadi sebuah *trendsenter* perubahan wajah kampung yang mengilhami wajah kampung-kampung lain di Kota Semarang. Perubahan ini menjadikan kampung tidak hanya sebagai objek wisata bagi para wisatawan dalam dan luar kota, menambah kualitas dari perkampungan, namun juga bisa menambah kegiatan ekonomi bagi masyarakat perkampungan.

Hal lain yang menarik adalah keterlibatan masyarakat yang secara sukarela mulai dari awal perencanaan hingga keberlanjutannya. Pada awal, sebagai pemicu langkah kreatif, universitas membuat desain pada bagian wajah depan kampung lalu muncul desain dan motif serta gambar yang merupakan buah ide dari masyarakat penduduk di kampung tersebut. Dari beberapa gang yang ada di Kampung Pelangi, gang VI menjadi gang yang paling ramai dikunjungi. Para pengunjung wisatawan berburu objek foto hasil dari beragam kreatifitas motif desain dan dekorasi penghias kampung.

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Per Bulan Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2015

Jumlah Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata
Per Bulan Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2015

No	Kabupaten/kota	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Jumlah
1	Banjarnegara	65.163	50.089	59.020	60.047	65.908	70.567	141.928	74.331	69.942	59.174	53.981	86.646	876.216
2	Banyuwangi	177.568	119.410	92.992	105.187	233.153	101.731	379.678	90.039	119.099	97.502	115.066	195.292	1.874.717
3	Batang	33.060	14.806	26.992	17.490	41.447	21.413	58.012	55.031	27.676	30.160	37.473	37.843	452.203
4	Bloora	9.505	10.134	8.798	9.068	10.938	2.690	26.180	11.902	3.829	4.790	4.395	5.495	107.724
5	Boyolali	33.687	20.258	27.529	20.847	27.674	36.526	50.553	18.981	26.708	29.614	11.634	14.667	318.678
6	Brebes	43.884	29.183	26.260	23.149	23.532	19.516	75.671	52.322	32.440	29.427	25.338	32.380	413.102
7	Cilacap	875	980	1.701	609	1.184	780	9.349	4.459	6.824	1.455	946	1.677	30.839
8	Demak	93.556	68.541	75.689	118.323	254.184	100.862	56.393	98.787	82.775	165.031	154.871	185.553	1.454.556
9	Grobogan	203	158	233	124	155	18.271	20.258	18.292	19.154	23.537	20.335	26.439	155.151
10	Jepara	87.457	52.594	62.374	195.320	69.124	126.765	363.505	121.723	111.314	143.188	132.482	171.118	1.636.874
11	Magelang	351.782	202.062	235.163	242.996	555.540	293.692	432.851	237.391	171.371	344.203	237.965	669.407	3.974.423
12	Pekalongan	34.800	18.534	26.054	23.678	31.529	19.422	69.065	30.688	27.751	29.957	24.072	34.661	379.011
13	Semarang	82.995	584.777	104.660	94.980	140.442	105.349	142.968	153.168	138.902	163.936	171.995	227.138	2.111.020
14	Tegal	68.505	26.986	34.914	35.996	61.241	43.426	202.420	62.103	51.976	54.512	50.838	112.733	805.650
15	Karanganyar	93.474	41.414	52.622	50.316	78.154	80.009	93.158	62.887	59.772	85.199	55.246	117.650	869.901
16	Kebumen	109.040	49.855	55.650	48.047	77.709	70.235	372.526	69.498	57.623	52.161	45.529	109.263	1.117.136
17	Kendal	26.079	13.126	16.684	14.782	19.933	11.677	62.167	13.042	11.822	10.520	10.375	14.049	224.256
18	Klaten	21.332	13.640	15.209	18.033	30.668	24.072	83.297	19.191	18.507	24.141	24.492	25.610	319.792
19	Kota Magelang	91.184	51.545	72.492	89.746	125.451	78.136	90.676	74.002	62.938	72.422	58.530	134.827	981.949
20	Kota Pekalongan	25.574	18.004	20.877	18.369	244	3.256	30.011	18.744	17.620	17.054	17.244	18.733	206.530
21	Kota Semarang	208.257	136.693	169.878	188.979	306.830	222.508	355.916	196.157	196.797	178.974	206.472	360.826	2.828.464
22	Kota Tegal	60.536	55.508	42.006	38.566	48.533	31.379	71.234	34.315	30.017	37.317	42.468	39.283	531.162
23	Kudus	55.007	32.230	38.022	48.297	88.038	52.702	34.667	42.646	36.246	64.954	65.306	72.676	630.791
24	Pati	65.842	58.212	60.821	62.210	75.782	59.931	77.689	64.271	65.228	372.189	67.327	58.839	1.088.341
25	Pemalang	41.787	6.672	14.573	9.335	20.016	16.122	86.646	10.405	9.025	15.553	9.303	30.683	271.000
26	Purbalingga	108.007	80.351	98.381	128.901	158.252	117.467	167.109	76.038	83.676	99.283	90.196	156.529	1.364.190
27	Purworejo	43.166	20.120	39.892	28.200	34.453	32.789	91.404	26.588	27.535	21.882	28.488	53.263	447.780
28	Rembang	74.523	49.237	56.589	52.569	59.060	132.019	146.839	21.159	19.405	23.033	14.417	26.497	675.347
29	Salatiga	7.253	6.728	6.753	7.563	8.035	6.173	6.705	8.225	8.230	5.335	7.625	8.214	86.839
30	Sragen	9.107	22.664	9.518	8.422	47.024	22.398	50.550	24.160	26.352	41.274	29.555	40.017	331.041
31	Sukoharjo	4.485	3.558	4.364	3.234	3.098	4.922	6.056	4.499	4.279	5.300	5.886	4.05	50.686
32	Kota Surakarta	225.014	183.312	199.472	203.107	267.661	184.575	277.715	245.520	286.412	284.605	287.077	297.635	2.942.105
33	Temanggung	31.653	21.396	31.588	25.569	5.487	33.197	42.587	22.773	26.161	31.693	22.903	36.090	331.997
34	Wonogiri	50.211	14.904	21.521	19.012	28.591	27.202	105.943	18.937	15.705	20.726	16.835	31.887	371.474
35	Wonorejo	76.212	43.252	51.666	42.252	87.122	49.396	203.526	104.522	80.654	67.306	68.819	297.308	1.172.035
Tahun 2015		2.511.083	2.121.563	1.860.748	2.126.123	3.106.792	2.271.975	4.453.244	2.203.676	2.034.565	2.707.407	2.215.694	3.711.333	31.432.080
2014		2.220.932	1.256.939	1.803.549	2.168.187	2.878.453	3.076.039	2.128.367	4.010.076	1.982.698	2.309.246	2.717.802	3.299.007	29.852.095
2013		2.089.536	1.305.302	1.694.578	1.722.882	2.843.750	3.030.319	1.727.977	4.370.196	3.783.580	1.901.063	2.124.241	2.837.185	29.430.609
2012		2.021.226	1.221.521	1.528.443	1.738.318	2.420.054	2.655.380	2.018.730	3.570.606	1.959.064	1.679.920	1.617.086	2.817.659	25.240.007

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten/Kota se Jawa Tengah

Kemiskinan adalah keadaan di mana terjadi ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, tempat berlindung, pendidikan, dan kesehatan. Kebutuhan mengenai kehidupan yang terjadi di kawasan kampung pelangi dikenal sebagai kampung yang kumuh dan mempunyai beberapa masalah yang dihadapi hingga saat ini. Menurut Komisi D DPRD Kota Semarang Pertanyakan Efek Ekonomi Kampung Pelangi bagi Warga

"Nah khusus kampung Pelangi, saya belum paham output dan efek yang ingin dicapai itu seperti apa? Sepengetahuan saya penjual karangan bunga dan tanaman hampir semua dari luar daerah Randusari. Bahkan tanaman didatangkan dari daerah Bandungan," kata Laser, Rabu (6/12/2017).

Sejauh ini, katanya, pihaknya belum melihat dampak untuk masyarakat setempat. Misalnya ada peningkatan ekonomi masyarakat karena menjadi tujuan wisata atau workshop masyarakat untuk pembuatan karangan bunga. Mengingat daerah tersebut terkenal dengan daerah penjual karangan bunga dan berbagai jenis tanaman.

Komisi D DPRD Kota Semarang Pertanyakan Efek Ekonomi Kampung Pelangi bagi Warga, <http://jateng.tribunnews.com/2017/12/06/komisi-d-dprd-kota-semarang-pertanyakan-efek-ekonomi-kampung-pelangi-bagi-warga>.

Dari artikel diatas disebutkan bahwa belum ada efek kemajuan dan dampak perubahan ekonomi yang ada masih dalam pengkajian. Pembentukan kampung Pelangi bukan hanya sekedar kegiatan euforia saja. Karenanya diperlukan kajian mendalam agar output atau efek dari pembuatan kampung Pelangi sehingga bisa mengangkat perekonomian, sosial dan budaya masyarakat setempat.

Permasalahan lainnya yaitu dengan yang dianggap memiliki nilai dan masuk akal adalah pembangunan fisik, misalnya membangun balai RT, membangun taman baca.

“Tapi setelah itu, mau dipakai atau tidak, ya nggak ada urusan. Pokoknya difoto bagus, sudah selesai. Kita selalu ngomong pembangunan manusia dan revolusi mental, tapi tidak ada investasi ke sana,” demikian kata Adin

Kampung Pelangi, Kumuh Tersembunyi
Setelah Setahun, Apa yang Terjadi?
<https://metrosemarang.com/kampung-pelangi-kumuh-tersembunyi-68520>

Banyak masalah yang ditimbulkan pada kampung pelangi, maka dari itu peneliti ingin menganalisis dalam beberapa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemberdayaan pada kampung pelangi.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, menimbang bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumberdaya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Selain itu, pada Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 mendefinisikan bahwa kepariwisataan merupakan integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya

yang hidup dalam masyarakat, kelestarian, mutu lingkungan hidup, kepentingan nasional.

Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, Bab V, Pasal 12, tentang Kawasan Strategis menyebutkan bahwa: (1) Penetapan kawasan strategis pariwisata dilakukan dengan memperhatikan aspek sumber daya pariwisata alam dan budaya yang potensial menjadi daya tarik pariwisata, potensi pasar, lokasi strategis yang berperan menjaga persatuan bangsa dan keutuhan wilayah, perlindungan terhadap lokasi tertentu yang mempunyai peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup, lokasi strategis yang mempunyai peran dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya, kesiapan dan dukungan masyarakat serta kekhususan dari wilayah; (2) Kawasan strategis pariwisata dikembangkan untuk berpartisipasi dalam terciptanya persatuan dan kesatuan bangsa, keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia serta peningkatan kesejahteraan masyarakat; dan (3) Kawasan strategis pariwisata harus memperhatikan aspek budaya, sosial, dan agama masyarakat setempat. Kawasan strategis tersebut dapat dimulai dari desa sebagai kesatuan terkecil wilayah pembangunan di Indonesia.

Usaha dalam mewujudkan visi tersebut maka dirumuskan sembilan agenda prioritas dalam pemerintahan kedepan yang disebut “NAWACITA”. Poin ketiga agenda “NAWACITA” menjelaskan bahwa pemerintahan akan membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka

Negara Kesatuan. Sehubungan dengan hal tersebut sebagian besar warga Negara Indonesia tinggal di daerah-daerah pedesaan yang memiliki berbagai potensi yaitu potensi ekonomi, potensi keuangan, hingga modal sosial, sehingga dalam konteks ini desa yang maju dan berdaya akan meningkatkan pendapatan asli daerahnya masing-masing.

Mengutip dari www.1001indonesia.net, diungkapkan bahwa kampung pelangi terletak di daerah perbukitan di Kelurahan Randusari Kecamatan Semarang Selatan Kabupaten Semarang Jawa Tengah. Pada awalnya area yang berada di Kampung Wonosari tersebut merupakan kawasan kumuh yang kotor dan tidak enak dipandang, yang kemudian terinspirasi dari kampung warna-warni Jodipan di Malang, Jawa Timur, Kampung Kali Code di Jogjakarta, Guanajuato City di Meksiko, Kota Lima di Peru, dan Kota Cinque Terre di Italia, maka Kampung Wonosari berubah menjadi Kampung Pelangi.

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk mentransformasikan pertumbuhan masyarakat sebagai kekuatan nyata masyarakat, untuk melindungi dan memperjuangkan nilai-nilai dan kepentingan di dalam arena segenap aspek kehidupan. Pemberdayaan masyarakat mempunyai arti meningkatkan kemampuan atau meningkatkan kemandirian masyarakat. Pemberdayaan masyarakat bukan hanya meliputi penguatan individu tetapi juga pranata-pranata sosialnya. Pemberdayaan masyarakat lokal perlu didukung dengan komunikasi pembangunan yang dilakukan.

Untuk meningkatkan kehidupan masyarakat perlu pembangunan. Pembangunan memerlukan keaktifan masyarakat, supaya masyarakat berpartisipasi,

pembangunan harus diinformasikan. Karena itu perlu adanya sarana/saluran informasi dan pembangunan komunikasi (Nasution, 2002:120). Pembangunan komunikasi dapat dilakukan melalui suatu perencanaan komunikasi yang dapat mengaktualisasikan pesan pembangunan dengan cara-cara yang dapat mendorong tercapainya tujuan pembangunan (Hancock, 1978:2).

Dalam proses komunikasi pembangunan, pemerintah atau pihak-pihak yang memiliki ide-ide tentang pembangunan dapat berperan sebagai sumber pesan. Pesan tersebut disebarkan kepada komunikan (penerima pesan) oleh komunikator melalui suatu saluran atau media dengan efek tertentu. Dalam proses komunikasi dapat terjadi umpan balik (*feedback*) dari komunikan kepada komunikator sebagai reaksi atas pesan-pesan pembangunan yang disampaikan. Umpan balik tersebut dapat dilakukan langsung oleh komunikan (*feedback external*) ataupun diinterpretasikan sendiri oleh komunikator (*feedback inferensial*).

Komunikasi pembangunan melibatkan *stakeholders* pembangunan, yaitu semua individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat atau dipengaruhi (secara positif maupun negatif) oleh suatu kegiatan atau program pembangunan (Sumarto, 2004:18). *Stakeholders* pembangunan di level lokal meliputi: pemerintahan lokal, masyarakat dan lembaga kemasyarakatan (*civil society*). Ketiganya komponen tersebut merupakan pelaku komunikasi pembangunan di level lokal, dan menjadi partner pemerintah daerah dalam pelaksanaan pembangunan prasarana. Usaha-usaha pembangunan suatu masyarakat selalu ditandai oleh adanya sejumlah orang yang mempelopori, menggerakkan dan menyebarluaskan

proses perubahan. Orang-orang tersebut dikenal dengan sebutan agen perubahan (*change agents*) (Nasution, 2002: 127).

Pembangunan memerlukan adanya pihak-pihak yang selalu mendorong ke arah perubahan (modernisasi). Menurut Teori *Propensity of Change* Lerner (Nasution, 2002:108), modernisasi suatu bangsa ditandai terjadinya urbanisasi (*urbanization*). Urbanisasi meningkatkan melek huruf (*literacy*), lalu meningkatkan penggunaan media (*media participation*), berikut akan meningkatkan partisipasi politik masyarakat (*political participation*). Sehingga karakteristik masyarakat yang berpotensi menjadi agen-agen perubahan di lingkungannya dapat dilihat dari aspek urbanisasi, pendidikan, akses media dan partisipasi organisasi sosial politik.

Saat ini keindahan Kampung Pelangi sudah menjadi pusat perhatian dunia dan menjadi destinasi wisata yang ramai dikunjungi. Kampung Pelangi diharapkan selalu bersih dan indah, sehingga bermanfaat bagi perekonomian Kota Semarang dan masyarakat sekitar, yang diharapkan juga akan memberikan manfaat bagi perkembangan UKM dan pertumbuhan di Kampung Pelangi tersebut. Pemerintah Kota Semarang menggelontorkan dana hingga Rp 3 miliar untuk mengubah kawasan yang awalnya kumuh menjadi cantik, namun tidak semua dana yang digunakan berasal dari uang pemerintah, karena banyak juga dana yang didapatkan dari donatur dan kerjasama, karena besarnya kebutuhan dan kepemilikan rumah yang tidak semua dihuni warga kurang mampu, maka pemerintah Kota Semarang berinisiatif menjadikan program penataan kampung pelangi dengan model partisipatif, yakni

menggendeng seluruh *stakeholder* mulai dari pengusaha cat, perbankan, industri, konstruksi pegolf, dan lainnya untuk menyelesaikan program ini.

Pembangunan prasarana atau infrastruktur merupakan bagian terpenting dalam upaya pembangunan dan pengembangan wilayah, utamanya wilayah perdesaan. Tersedianya prasarana yang memadai dapat meningkatkan perkembangan kegiatan sosial ekonomi (Jayadinata, 1999:31), sehingga akan lebih mendorong kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya, dengan kondisi sosial ekonomi yang baik, masyarakat akan lebih memiliki kemampuan untuk terlibat dalam penyediaan prasarana di lingkungannya. Infrastruktur adalah aset fisik yang juga sangat penting dalam memberikan pelayanan publik. Infrastruktur yang kurang atau bahkan tidak berfungsi akan menimbulkan dampak yang sangat besar bagi masyarakat (Kodoatie, 2005:9), yaitu terganggunya aktivitas sosial ekonomi masyarakat yang pada akhirnya akan memperlambat pertumbuhan wilayah dan upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan komunikasi pembangunan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Semarang akan menjadi belum efektif jika kondisi sosial ekonomi masyarakat masih rendah, peran agen perubahan belum optimal, kegiatan penyuluhan belum efektif dan akses *stakeholders* masih rendah terhadap forum-forum komunikasi yang ada

Upaya untuk mempercantik dan memperindah kawasan Pelangi juga terus dikembangkan, pemerintah Kota Semarang kemudian menggelontorkan dana hingga Rp 16 miliar guna mengecat rumah-rumah dan membersihkan kampung, dibangun pula pasar bunga, area parkir, *food court*, *drainase*, *pedestrian* atau jalan inspeksi dan

lainnya untuk melengkapi dan menyempurnakan tempat wisata Kampung Pelangi ini (www.1001indonesia.net). Pemkot Semarang melalui Dinas Penataan Ruang akan menambah beberapa fasilitas agar kawasan tersebut lebih menarik. Kepala Dinas Penataan Ruang Kota Semarang, Agus Riyanto mengatakan akan menambah panggung swafoto (selfie) di beberapa titik (www.travel.kompas.com).

Pembangunan dari berbagai wilayah Indonesia tentu saja melibatkan partisipasi masyarakat dalam setiap prosesnya, sehingga partisipasi masyarakat menjadi syarat pokok kesuksesan berjalannya pembangunan tersebut. Partisipasi masyarakat secara umum memiliki makna “pelibatan masyarakat”.

Menurut Anwas (2013) menjelaskan makna partisipasi bukan hanya sekedar keterlibatan masyarakat dalam pembangunan, juga bukan sekedar alat atau mobilisasi tertentu untuk mencapai tujuan individu atau kelompok, namun partisipasi merupakan suatu proses dan tujuan dalam mencapai suatu tujuan pembangunan dengan adanya kesadaran untuk berubah serta terjadinya proses belajar menuju ke arah perbaikan dan peningkatan kualitas kehidupan yang lebih baik.

Seringkali keefektifan partisipasi masyarakat hanya diukur dari jumlah kehadiran, tetapi keefektifan partisipasi dapat diukur dari kepercayaan, komunikasi, kesempatan, dan fleksibilitas Mitchell (2003). Menurut Mardikanto dan Soebiato (2013) partisipasi masyarakat merupakan bentuk khusus dari interaksi dan komunikasi yang dilandasi oleh adanya kesadaran masyarakat yang bersangkutan mengenai: (a) Kondisi yang tidak memuaskan dan harus diperbaiki; (b) Kondisi tersebut dapat diperbaiki melalui kegiatan manusia atau masyarakatnya sendiri; (c)

Kemampuannya untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dapat dilakukan; dan (d) Adanya kepercayaan diri, bahwa ia dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kegiatan yang bersangkutan.

Kreasi UKM pada masyarakat Kampung Pelangi seperti makanan dan minuman, cenderamata, kaos, gantungan kunci, dan semacamnya menjadi marak, dan berdampak baik bagi masyarakat sekitar yang awalnya tak bermata pencaharian. Pembuatan kerajinan tangan untuk kemudian dijual kepada para wisatawan menjadi suatu proses pendayagunaan masyarakat di skala perekonomian daerah (www.1001indonesia.net). Masyarakat Kampung Pelangi menangkap peluang dengan membuat area gembok cinta, membuat roti lapis warna-warni, membuat es mambo warna-warni, juga membuat celengan warna-warni yang bisa jadi ciri khas ketika berkunjung ke Kampung Pelangi (www.travel.kompas.com).

Berkembangnya pembangunan pariwisata konvensional selain mendatangkan dampak positif bagi masyarakat pada aspek keberlanjutan ekologi, sosial-budaya, dan ekonomi, juga dapat menimbulkan dampak negatif jika pengelolaannya tidak dipersiapkan dengan baik, maka pada konsep ekowisata Kampung Pelangi menurut penelitian Hakim (2004) menjelaskan bahwa kegiatan ekowisata yang dapat memberikan dampak langsung terhadap konservasi kawasan, berperan dalam usaha pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, serta mendorong pembangunan berkelanjutan. Secara garis besar, ekowisata desa adat merupakan konsep wisata ramah lingkungan yang mampu meminimalisir dampak negatif terhadap alam, sosial, budaya, dan kehidupan masyarakat lokal pada suatu desa yang memiliki keunikan,

aturan adat dan ciri khas tertentu. Dari pembahasan tersebut di atas maka penulis tertarik untuk menuangkan ke dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Komunikasi, Komunikasi Pembangunan dan Komunikasi Partisipatif terhadap Pemberdayaan Masyarakat Lokal Kampung Pelangi Semarang serta Produktivitas”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah efektivitas komunikasi, komunikasi pembangunan, dan komunikasi partisipatif secara simultan berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat lokal di Kampung Pelangi Semarang?
2. Apakah efektivitas komunikasi, komunikasi pembangunan, dan komunikasi partisipatif secara parsial berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat lokal di Kampung Pelangi Semarang?
3. Apakah pemberdayaan masyarakat lokal di Kampung Pelangi Semarang berpengaruh terhadap Produktivitas Komunikasi?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas komunikasi, komunikasi pembangunan, dan komunikasi partisipatif secara simultan terhadap pemberdayaan masyarakat lokal di Kampung Pelangi Semarang
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat Lokal Kampung Pelangi terhadap Produktivitas Komunikasi

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai kegunaan penelitian sebagai berikut :

1. **Secara Teoritis/ Akademis**, yaitu sebagai sumbangsih pemikiran pada ilmu komunikasi, terutama pada bidang kajian komunikasi strategis di bidang pemerintahan guna sebagai salah satu sumber informasi, menambah literatur, memperluas pengetahuan dalam mengkaji efektivitas, komunikasi pembangunan dan komunikasi partisipatif terhadap pemberdayaan masyarakat, serta produktivitas yang menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya
2. **Secara Praktis**, yaitu sebagai bahan evaluasi, pertimbangan dan masukan bagi Pemerintah Kota Semarang dalam mengelola dan mengembangkan Kampung Pelangi dan diaplikasikan pada lokasi lainnya.
3. **Secara Sosial**, yaitu sebagai salah satu tambahan bahan pengetahuan, wawasan, dan pertimbangan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan ekonomi kawasan dalam kaitannya dengan efektivitas, komunikasi pembangunan dan komunikasi partisipatif terhadap pemberdayaan masyarakat, serta produktivitas.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Komunikasi

Akar kata komunikasi adalah *communication*, dari kata dasar *communis*, yang berarti kesamaan dalam suatu hal. Dahulu, orang menyatakan komunikasi sebagai proses mengirim dan menerima informasi. Saat ini, kata *berbagi informasi* lebih dekat dengan arti sebenarnya dari komunikasi. Komunikasi lebih berarti dua orang berbagi informasi bersama dari pada seseorang memberi informasi dan orang lain menerima (Lubis *et al.*, 2009). Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin “*communication*”. Istilah ini bersumber dari perkataan ”*communis*” yang berarti sama; sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi, komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendy, 1993).

Menurut Devito (2011), komunikasi mengacu kepada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. West dan Turner (2009) menawarkan definisi komunikasi sebagai proses sosial dimana individu individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka.

Menurut Leeuwis (2009), komunikasi merupakan sebuah proses penting yang digunakan oleh manusia dalam pertukaran pengalaman dan ide, dan hal itu menjadi pemicu penting bagi penyampaian pengetahuan dan persepsi dari berbagai jenis

(misalkan pembelajaran). Karena itu, komunikasi merupakan unsur inti dalam perubahan strategi untuk mendorong perubahan. Soekartawi (1988) menyatakan bahwa komunikasi, yaitu suatu pernyataan manusia, baik secara perorangan maupun berkelompok, yang bersifat umum dengan menggunakan lambang-lambang yang berarti, maka tampak bahwa dengan perkembangan objek tertentu akan memerlukan komunikasi yang lebih spesifik. Misalnya, komunikasi pembangunan, komunikasi politik, komunikasi antar budaya, dan sebagainya.

Pengertian komunikasi secara paradigmatik didefinisikan sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi yakni, memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) atau perilaku (*behavior*) (Effendy, 2000).

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah cara penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi dikategorikan dalam dua perspektif yaitu proses komunikasi dalam perspektif psikologis dan mekanistik. Proses komunikasi dalam perspektif psikologis merupakan suatu proses yang terjadi dalam diri komunikator ketika berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan. Adapun pesan komunikasi yang disampaikan terdiri dari dua aspek yaitu isi pesan berupa pikiran dan lambang berupa bahasa. Dengan kata lain, proses pengemasan pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator dalam bahasa

komunikasi, kemudian disampaikan kepada komunikan sebagai penerima (Effendy, 1993).

Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik merupakan cara yang berlangsung ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan. Proses komunikasi ini bersifat kompleks, sebab bersifat situasional saat komunikasi berlangsung. Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik diklasifikasikan dalam proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat sebagai media (Effendy, 1993).

Memahami model penyampaian komunikasi berarti memahami kondisi penerima pesan atau komunikan sehingga tidak terjadi kesalahan dalam pemberian informasi atau pesan. Banyak model komunikasi yang telah diungkapkan oleh para ahli komunikasi salah satunya dikemukakan dalam model Berlo (1960), yaitu :

a) Sumber

Sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, bila diklasifikasikan maka sumber dapat berbentuk lembaga atau organisasi dan personal orang. Agar komunikasi menjadi efektif, seorang komunikator dalam proses komunikasi harus menentukan strategi bagaimana cara mempengaruhi komunikan. Berlo (1960) juga menyebutkan beberapa aspek yang mempengaruhi kualitas sumber

untuk menghasilkan komunikasi yang tepat yaitu keterampilan berkomunikasi, sikap, tingkat pengetahuan dan kemampuan beradaptasi.

b) Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh sumber kepada penerima dengan kata lain sebagian produk fisik aktual dari komunikator-komunikan. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa informasi pesan, hiburan, informasi, inovasi, nasehat atau propaganda. Agar komunikasi berjalan efektif maka pesan yang disampaikan harus memenuhi persyaratan kode atau bahasa pesan, kesesuaian isi pesan dengan tujuan komunikasi, pemilihan serta pengaturan bahasa dan isi pesan.

c) Saluran

Saluran adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media, misalnya dalam komunikasi antarpribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat dan telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

d) Komunikan

Komunikan sering disebut juga sebagai penerima pesan. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, organisasi dan lain sebagainya. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena unsur atau komponen inilah yang menjadi sasaran komunikasi. Jika suatu pesan

tidak diterima oleh penerima akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, baik dari sumber, pesan ataupun media.

Adapun tujuan komunikasi menurut Effendy (1993), adalah a) mengubah sikap (*to change the attitude*), b) mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*), c) mengubah perilaku (*to change the behavior*) dan d) mengubah masyarakat (*to change the society*). Sedangkan fungsi komunikasi itu sendiri adalah a) menginformasikan (*to inform*), b) mendidik (*to educate*), c) menghibur (*to entertain*) dan d) mempengaruhi (*to influence*).

Tujuan komunikasi menurut Levis (1996) antara lain adalah : (1) informasi, untuk memberikan informasi yang menggunakan pendekatan dengan pemikiran, (2) persuasif, untuk menggugah perasaan penerima, (3) mengubah perilaku (sikap, pengetahuan dan keterampilan) perubahan sikap terhadap pelaku pembangunan, (4) meningkatkan kemampuan untuk mengembangkan usaha secara efisien di bidang usaha yang dapat memberi manfaat dalam batas waktu yang tidak tertentu, (5) mewujudkan partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan.

Dalam suatu organisasi kerja, komunikasi menjalankan beberapa fungsi yaitu: (1) komunikasi menyampaikan informasi dan pengetahuan dari orang yang satu ke orang yang lain sehingga dapat terjadi tindakan kerjasama. (2) Komunikasi membantu mendorong dan mengarahkan orang-orang untuk melakukan sesuatu. (3) komunikasi membantu dalam membentuk sikap dan menanamkan kepercayaan untuk mengajak, meyakinkan dan mempengaruhi perilaku. (4) komunikasi membantu

memperkenalkan pegawai-pegawai dengan lingkungan fisik dan sosial mereka (Moekijat, 1993).

1.5.2. Pola Komunikasi

Peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu yang lain. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi yang membentuk suatu pola komunikasi (Muhammad, 2005:102). Pola komunikasi di masyarakat dapat dilakukan dengan mengidentifikasi: bagaimana penyebaran informasi di masyarakat, siapa yang menjadi sumber informasi, di mana pusat-pusat penyebaran informasi, dan saluran komunikasi apa yang dipergunakan (Sastropetro, 1988:232). Oleh karena komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan (Nasution, 2002:106), maka proses penyebaran informasi yang membentuk pola komunikasi tercermin dalam keseluruhan tahapan komunikasi pembangunan yang sejalan dengan tahapan manajemen pembangunan, yaitu meliputi kegiatan-kegiatan: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) (Terry dalam Winardi, 1983:5). Pada tahap perencanaan, kegiatan komunikasi terkait dengan aktivitas: prakiraan (*forecasting*), penetapan tujuan (*establishing objective*), pemograman (*programming*), penjadwalan (*schedulling*), penganggaran (*budgeting*), pengembangan prosedur (*developing procedure*), serta penetapan dan iterpretasi

kebijakan (*establishing and interpreting policies*) atas dasar kondisi yang ada. Allan (dalam Siswanto, 2006:45-46)

Dalam kegiatan perencanaan diperlukan adanya sosialisasi untuk menyampaikan informasi, membangun kesadaran publik, menampung aspirasi dan *feedback*, serta peningkatan partisipasi warga (Sumarto, 2004:408). Inisiasi merupakan bentuk sosialisasi yang dimaksudkan untuk menghimpun fakta, menjangring inisiatif, berbagi peran atau bersifat konsultatif (Sumarto, 2004:232). Kegiatan komunikasi pembangunan pada tahap pengorganisasian terkait dengan aktivitas: pembagian kerja (*division of labor*), departementalisasi (*departementalization*), rentang kendali (*span of control*) dan delegasi (Gibson, 1980, dalam Siswanto, 2006:85). Pada tahap ini dilakukan pembentukan organisasi proyek, tata kerja dalam melaksanakan proyek, dan personalia proyek (Siagian, 1984:175-181) Penggerakan (*actuating*) merupakan usaha untuk menggerakkan anggota kelompok (Winardi, 1983:297). Dalam konteks pembangunan perdesaan, maka penggerakan berarti usaha untuk menggerakkan partisipasi masyarakat. Sedang bentuk partisipasi menurut Sastropetro (1988:56) dapat berupa: pikiran (*psychological participation*), tenaga (*physical participation*), keahlian (*participation with skill*), barang (*material participation*), uang (*money participation*) atau jasa-jasa lainnya (*servive participation*). Pada tahap pengawasan, kegiatan komunikasi terkait dengan laporan akuntabilitas, yang meliputi akuntabilitas keuangan (laporan keuangan), akuntabilitas manfaat (evaluasi kegiatan), dan laporan

prosedural (pelaksanaan kebijakan, misalnya progres fisik) (LAN dan BPKP, 2000:28-29).

1.5.3. Forum Komunikasi

Apabila pola komunikasi menunjuk proses penyebaran informasi pembangunan, maka bagaimana proses penyebaran informasi itu dilakukan tercermin dari saluran yang dipergunakan. Dalam kegiatan komunikasi pembangunan, penyediaan forum komunikasi menjadi saluran yang memungkinkan terjadinya proses penyebaran informasi dan interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, forum komunikasi merupakan bagian yang utama dari model komunikasi pembangunan. Penyediaan forum komunikasi bagi terjalinnya suatu komunikasi yang intensif antara pemerintah dan segenap elemen masyarakat dalam proses pembangunan adalah suatu kebutuhan yang sangat vital. Melalui forum tersebut, pemerintah dapat menyampaikan/menyebarkan pesan-pesan pembangunan, sekaligus mendengar berbagai masukan dan umpan balik (*feedback*) dari masyarakat atas pesan-pesan yang disampaikan/disebarkan tersebut. Sumarto (2004:42) mengartikan forum komunikasi atau forum warga sebagai suatu forum konsultasi dan penyaluran aspirasi warga untuk urusan pembangunan dan pelayanan publik di tingkat lokal. Forum komunikasi dipergunakan untuk merumuskan permasalahan bersama, mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi komunitas, sekaligus menjadi media resolusi konflik di tingkat lokal.

Beberapa prinsip dasar yang dapat dijadikan sebagai indikator forum komunikasi di antaranya:

1. Keikutsertaan warga dan keterbukaan forum. Penyediaan forum komunikasi harus dapat memberi akses informasi dan komunikasi bagi masyarakat. Akses berarti ruang dan kapasitas masyarakat untuk masuk dalam arena governance, yakni mempengaruhi dan menentukan kebijakan serta terlibat aktif mengelola barang-barang publik. Ada dua hal penting dalam akses: keterlibatan secara terbuka (*inclusion*) dan keikutsertaan (*involvement*). *Inclusion* menyangkut siapa yang terlibat, sedangkan *involvement* berbicara tentang bagaimana masyarakat terlibat. (www.ireyogya.org/sutoro/voice)
2. Rutinitas dan kohesivitas forum komunikasi. Tidak semua forum komunikasi dapat dijadikan sebagai forum warga yang efektif, sebab forum warga harus memungkinkan rutinitas warga untuk dapat berkonsultasi, berinteraksi dan mencari solusi tentang berbagai masalah publik (Sumarto, 2004:42). Partisipasi dapat muncul jika terjadi interaksi yang mendorong solidaritas dan internalisasi norma-norma kelompok, di mana seseorang telah mengidentifikasi dirinya dengan kelompok beserta norma-normanya, sehingga ia mengambil peran sistem norma, termasuk sikap sosial yang dimiliki kelompok (Gerungan, 1991:94-99). Oleh karena itu keterikatan warga terhadap kelompok (kohesivitas forum) juga merupakan indikator yang sangat penting. Sebagaimana pendapat Pratikto (1987:58), bahwa akibat adanya identifikasi norma kelompok dan lamanya anggota bergaul dalam kelompok dapat menyebabkan terjadinya kohesivitas

kelompok, yaitu kekuatan yang menahan orang untuk tinggal dalam suatu kelompok.

Dengan demikian, komunikasi pembangunan akan lebih efektif apabila dapat memanfaatkan kelompok-kelompok lokal sebagai forum komunikasi yang memang telah secara rutin dihadiri oleh warga, dan warga pun memiliki ikatan yang kuat terhadap kelompok tersebut. Selain RT/RW, lembaga-lembaga keagamaan (jama'ah masjid/musholla, jam'iyah ta'lim, jam'iyah tahlil/yasinan, dan sebagainya) dapat dijadikan sebagai forum komunikasi. Sebab, kohesifitas warga terhadap lembaga-lembaga keagamaan sangat tinggi karena adanya motif teogenetis, yaitu dorongan untuk menjalankan ajaran agama (Gerungan, 1991:143).

1.5.4. Teori S-O-R

Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah model S-O-R (Stimulus, Organism, Respon). Teori SOR sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen - komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut model ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Asumsi dasar dari model ini adalah media masa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Stimulus Response Theory atau SR theory. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi.

Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif; misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palingan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa melebihi semula. Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya", mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau behavioral.

Adapun keterkaitan model S-O-R dalam penelitian ini adalah :

1. Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan dalam pemberdayaan masyarakat lokal Kampung Pelangi.
2. Organisme yang dimaksud adalah masyarakat Kampung Pelangi.
3. Respon yang dimaksud adalah opini khalayak pembaca di masyarakat Kampung Pelangi

1.5.5. Efektivitas Komunikasi

Pendekatan Efektivitas Komunikasi dalam penelitian ini adalah dalam konteks komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2010: 81). De Vito (1997: 229) juga mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang mengambil tempat antara dua orang yang memiliki hubungan yang tidak bisa dipungkiri.

Interpersonal communication as a process which begins as impersonal and becomes more and more personal as the interactions increase in frequency and intimacy (Komunikasi interpersonal sebagai suatu proses yang dimulai sebagai impersonal dan menjadi lebih dan lebih personal sebagai interaksi peningkatan frekuensi dan keintiman) (De Vito, 2001:4)

Bentuk khusus dari komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru dan murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat, pihak-

pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal (Tubbs dan Moss, 2008: 8). Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi interpersonal bebas mengubah topik pembicaraan, namun kenyataannya komunikasi interpersonal bisa saja didominasi oleh suatu pihak (Mulyana, 2010: 81).

Ada 6 tujuan komunikasi interpersonal menurut Riswandi (2009: 87), berikut tujuan tersebut:

1. Mengetahui diri sendiri dan orang lain
2. Mengetahui dunia luar
3. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi lebih bermakna
4. Mengubah sikap dan perilaku
5. Bermain dan mencari hiburan
6. Membantu

Adapun tujuan komunikasi interpersonal menurut De Vito adalah:

1. *To Learn*

Komunikasi interpersonal memungkinkan orang untuk dapat memahami dunia luar, memahami orang lain dan dirinya sendiri. Dengan membicarakan diri sendiri dengan orang lain, seseorang dapat mempelajari dirinya sendiri melalui *feedback* yang diberikan tentang perasaannya, pemikiran, dan perilakunya.

Seseorang juga dapat mengerti dari *feedback* yang diberikan, bagaimanakah penilaian orang terhadap dirinya

2. *To Relate*

Salah satu kebutuhan manusia adalah untuk dicintai dan disukai berinteraksi dan membangun relasi yang baik dengan yang lainnya, begitu pula sebaliknya, oleh sebab itu manusia harus membangun relasi yang baik dengan sesamanya, dan saling berinteraksi, salah satu caranya adalah dengan melakukan komunikasi interpersonal.

3. *To Influence*

Pengaruh sikap dan perilaku dari seseorang kepada orang lainnya dapat melalui komunikasi interpersonal, misalnya orang tersebut ingin mempersuasi orang lain untuk melakukan voting terhadap dirinya, membeli buku baru atau mencoba diet baru. Banyak waktu yang digunakan oleh seseorang untuk melakukan komunikasi interpersonal yang bersifat persuasif. Berdasarkan penelitian yang ada, para peneliti menyimpulkan bahwa setiap komunikasi bersifat persuasif dan setiap tujuan dari berkomunikasi mencari hasil yang bersifat persuasi, contohnya:

- a) *Self presentation*, seseorang merepresentasikan dirinya kepada orang lain, mengenai bagaimana orang itu ingin memiliki imagediri di mata orang tersebut.
- b) *Relationship Goals*, seseorang berkomunikasi untuk membentuk suatu relasi yang sesuai kebutuhannya.

c) *Instrumental Goals*, seseorang berkomunikasi kepada orang lainnya dengan tujuan orang tersebut melakukan suatu hal yang sesuai keinginannya.

4. *To Play*

Seseorang memerlukan waktu sejenak untuk break dari kejenuhan. Salah satunya dengan melakukan komunikasi interpersonal seperti berbicara dengan teman mengenai aktivitas akhir minggu, berdiskusi mengenai olahraga atau kencan, bercerita tentang suatu kisah atau lelucon, dan berbicara secara umum untuk menghabiskan waktu.

5. *To Help*

Dalam kegiatan sehari-hari komunikasi interpersonal dapat digunakan seseorang untuk menolong orang lain, seperti memberikan saran, masukan, nasihat dan sebagainya. Dan hal ini juga dapat terjadi dengan menggunakan media tertentu, seperti email dan lainnya. Keberhasilan dari fungsi komunikasi interpersonal ini untuk menolong tergantung dari *skill* dan pengetahuan dari komunikasi interpersonal orang yang melakukannya (De Vito, 2007: 7).

Efektivitas komunikasi interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan, yaitu keterbukaan (*openness*), empati, (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*), (Devito, 1997: 259). Berikut akan dipaparkan lebih lanjut mengenai lima kualitas umum yang diperhatikan untuk membina dan mempertahankan hubungan interpersonal yang baik:

1. Keterbukaan

Keterbukaan merupakan keinginan atau kesediaan tiap individu untuk memberitahukan, menceritakan segala informasi tentang dirinya. Isi pesan dari keterbukaan ini biasanya adalah suatu pernyataan dari individu tentang diri mereka yang akan membuat mereka tidak disukai bahkan sesuatu yang disembunyikan agar tidak diketahui oleh individu lain (Gamble,2005: 395). Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal, antara lain:

- a. Komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Hal ini tidak berarti bahwa seseorang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri, mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.
- b. Kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan. Dan kita berhak mengharapkan hal ini. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidakacuhan; bahkan ketidaksependapatan jauh lebih menyenangkan. Kita memperhatikan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

Kedekatan dengan orang lain membutuhkan keterbukaan, kemudahan untuk menerima saran dan kritik serta transparansi.

- c. Menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran. Dalam hal ini berarti mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang dilontarkan adalah memang “milik” kita dan kita bertanggung jawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata saya (kata ganti orang pertama tunggal). Bila kita menggunakan pesan dengan kata saya (imessages), sebenarnya kita mengatakan “seperti inilah perasaanku”, “seperti inilah saya melihat situasinya”, “inilah pendapat saya”. Kita tidak mengatakan “diskusi ini tidak bermanfaat”, melainkan “saya jemu dengan diskusi ini”, atau pernyataan lain yang menunjukkan bahwa kita memberikan reaksi pribadi dan tidak berusaha menguraikan realitas obyektif.

2. Empati

Menurut Henry Backrack, empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain tersebut. Bersimpati di pihak lain adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya. Individu yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman individu lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Pengertian empatik ini akan membuat suatu individu lebih mampu menyesuaikan komunikasinya. Menurut C.B Truax (1961), memasukkan kemampuan komunikasi individu sebagian dari definisi

empati. “Empati yang akurat, melibatkan baik kepekaan terhadap perasaan yang ada maupun fasilitas verbal untuk mengkonsumsi pengertian ini.

3. Sikap Mendukung

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

4. Sikap Positif

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif ; (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Pertama, sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5. Kesetaraan

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada

yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya,, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidak-sependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan ”penghargaan positif tak bersyarat” kepada orang lain

1.5.6. Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan telah menjadi multi-fase, multi-dimensi dan partisipatif, dan harus dilihat dalam konteks sosial-politik, ekonomi dan budaya agar relevan untuk masyarakat yang dituju. Pada intinya, komunikasi pembangunan adalah tentang pengembangan masyarakat. *Millennium Development Goals* (MDGs) harus diatasi dan dinilai dari perspektif rakyat. Oleh karena itu penting untuk memulai dari perspektif masyarakat lokal dan bekerja sama dengan organisasi (PBB, pemerintah, LSM, masyarakat dan sektor swasta, dan masyarakat sipil) yang telah mengembangkan kepercayaan di dalam masyarakat.

Dalam praktek dan dalam pandangan secara global dan pemisahan komunikasi untuk pembangunan menjadi lebih penting dalam konteks abad ke 21, mengingat politik, ekonomi dan komunikasi lanskap baru berlangsung. Namun, komunikasi untuk pengembangan teknologi tidak boleh didorong. Hal ini harus didasarkan pada isu-isu sosial dan keprihatinan masyarakat. Fasilitator merupakan sebagai teknologi dan alat dalam komunikasi pembangunan. Sebaliknya, budaya merupakan pusat pengembangan dan perlu penekanan yang lebih besar dalam komunikasi untuk program pembangunan.

Peningkatan komunikasi pembangunan sangat penting untuk meningkatkan program-program pembangunan. Pengembangan komunikasi pembangunan ini perlu dilakukan dengan mengubah paradigma komunikasi pembangunan dari yang berciri linier (searah dari atas ke bawah) ke pola komunikasi yang berciri konvergen. Agar program yang akan dilaksanakan sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat.

Menurut Effendy (2001), komunikasi pembangunan merupakan proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khlayak guna mengubah sikap, pendapat dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah, yang dalam keselarasannya dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat. Komunikasi pembangunan ini merupakan suatu strategi yang menekankan pada perlunya sosialisasi pembangunan kepada seluruh para pelaku pembangunan daerah dan masyarakat secara umum melalui berbagai media strategis.

Berdasarkan pernyataan Rosario-Braid *dalam* Nasution (2002) menyebutkan bahwa komunikasi pembangunan adalah elemen dari proses manajemen dalam

keseluruhan perencanaan dan pelaksanaan program-program pembangunan. Dalam pengertian yang lebih luas, komunikasi pembangunan diartikan sebagai identifikasi dan pemanfaatan keahlian dalam proses pembangunan dalam meningkatkan partisipasi untuk mencapai keuntungan yang diinginkan pada level yang paling rendah.

Hal ini seiring dengan pendapat Nasution (2002), yang membedakan komunikasi dalam arti luas dan sempit. Dalam arti luas, komunikasi pembangunan adalah suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik (peran dan fungsi komunikasi) di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan; terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan. Sedangkan dalam arti sempit, komunikasi pembangunan adalah segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat. Komunikasi pembangunan harus dilihat sebagai suatu proses menyeluruh, termasuk pemahaman terhadap khalayak serta kebutuhan-kebutuhannya, perencanaan komunikasi disekitar strategi-strategi yang terpilih, pembuatan pesan-pesan, penyebaran, penerimaan, umpan balik terhadap pesan-pesan itu dan bukan hanya kegiatan langsung satu arah dari komunikator kepada penerima yang pasif.

Manusia pada hakekatnya selalu mencari interaksi atau hubungan-hubungan yang merupakan penjelasan yang memuaskan dari apa yang dilihat, dengan atau imajinasi. Pola pikir ilmiah untuk pengkajian yang memerlukan telaah berbagai

hubungan yang relevan, komplementer dan terpercaya adalah visi kesisteman dalam arti luas (Eriyanto, 1996; Brocklesby dan Cummings, 1995 *dalam* Sumardjo, 1999).

Menurut Mills *dalam* Mardikanto (1987), mengemukakan adanya empat peranan komunikasi di dalam proses pembangunan, yaitu :

1. Menerangkan atau menunjukkan kepada masyarakat tentang identitas dirinya sendiri.
2. Memberikan aspirasi terhadap anggota masyarakat.
3. Menunjukkan teknik-teknik atau alternatif yang dapat dilakukan.
4. Menerangkan tentang alternatif yang dirasakan paling tepat oleh masyarakatnya untuk melepaskan diri dari masalah-masalah yang dihadapi

Menurut Widjaja A.W dan Hawab, serta Asyik (1987) *dalam* Dilla (2007), mereka mengartikan komunikasi pembangunan sebagai komunikasi yang berisi pesan-pesan (*message*) pembangunan. Komunikasi pembangunan ini ada pada segala macam tingkatan, dari seorang petani sampai pejabat, pemerintah dan negara, termasuk juga di dalamnya dapat berbentuk pembicaraan kelompok, musyawarah pada lembaga resmi siaran dan lain-lain. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa komunikasi pembangunan merupakan suatu inovasi yang diterima oleh masyarakat melalui proses komunikasi.

Sebagai proses perubahan dan pembaharuan masyarakat, pembangunan membutuhkan kontribusi komunikasi, baik sebagai bagian dari kegiatan masyarakat maupun sebagai ilmu yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Banyak proses pembangunan tidak mencapai sasarannya hanya karena rendahnya frekuensi informasi

dan komunikasi kepada masyarakat sehingga tidak menimbulkan tingkat partisipasi yang memadai. Padahal partisipasi masyarakat sangat diperlukan bagi usaha pencapaian tujuan pembangunan (Dilla, 2007).

Secara sederhana, pembangunan dapat diartikan sebagai perubahan berencana yang dikehendaki. Perubahan tersebut menyangkut perubahan struktur komunitas dan perubahan kebudayaan. Salah satu penyebab perubahan tersebut adalah karena adanya penemuan baru (inovasi). Inovasi tersebut bisa saja berupa alat dan bisa pula berupa ide baru. Seringkali, suatu inovasi baru ditemukan setelah melalui proses pertukaran pikiran dan diskusi yang panjang. Dalam hal inilah, komunikasi menjadi wadah penemuan inovasi. Demikianlah, komunikasi berperan untuk memfasilitasi penemuan (*invention*) dan menyebarkan inovasi tersebut ke sistem sosial yang lebih luas. Ringkasnya komunikasi sangat bermanfaat untuk pembangunan (Lubis *et al.*, 2009).

1.5.7. Komunikasi Partisipatif

Komunikasi partisipatif mulai berkembang pada akhir 1980an serta awal 1990an, ketika sejumlah peneliti atau ilmuwan bekerja dalam perspektif ini, di antaranya adalah Servaes (1991), Modi (1991) dan White *et al.* (1994) dalam Mefalopoulos (2003). Servaes (1991) membahas secara terbuka kebutuhan untuk paradigma baru dalam komunikasi untuk pengembangan dan Melkote (1991) membahas alternatif paradigma, paradigma baru yang menjadi kebutuhan, yaitu model komunikasi partisipatif. Para peneliti atau ilmuwan memfokuskan pada aliran komunikasi horizontal, jauh dari komunikasi yang sebelumnya bersifat *topdown* yang

pada dasarnya membayangkan sebuah pengirim, pesan dan penerima. Akan tetapi untuk komunikasi horizontal penekanan lebih pada pengguna dan berorientasi pendekatan *bottom-up* untuk melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan (Servaes *et al.*, 1996). Partisipasi juga memunculkan pertanyaan akan isu kekuasaan dan pemberdayaan mengasumsikan lebih tinggi relevansinya.

Permasalahan yang dihadapi membantu untuk menentukan tujuan komunikasi yang strategis. Dimulai dari mengkomunikasikan informasi yang benar atau relevan dengan khalayak tertentu, serta mengartikulasikan proses tindakan kolektif dan refleksi oleh para pemangku kepentingan yang relevan. Pusat perhatian dari komunikasi partisipatif adalah pemberdayaan masyarakat oleh keterlibatan aktif mereka dalam identifikasi masalah, pengembangan solusi dan pelaksanaan strategi. Model partisipatif adalah pendekatan dialogis dan horizontal untuk komunikasi dan pembangunan (Tuftte & Mefalopulos, 2009). Dialog yang bersifat bebas dan terbuka merupakan prinsip inti dari komunikasi partisipatif. Paulo Freire mendefinisikan dialog sebagai "pertemuan antara masyarakat untuk memberikan suara yang mengatasnamakan dunia."

Mengatasi permasalahan pembangunan masyarakat yang semakin kompleks, maka diperlukan suatu pendekatan yang memungkinkan masyarakat memiliki kemampuan untuk memecahkan masalahnya sendiri, untuk itu diperlukan suatu bentuk komunikasi yang mengkondisikan masyarakat bebas berpendapat, berekspresi dan mengungkapkan diri secara terbuka satu sama lainnya (Sulistiyowati *et al.*, 2005).

Model komunikasi yang dibutuhkan adalah model yang memungkinkan adanya pertukaran informasi antar komponen dalam proses komunikasi dengan banyak dimensi. Pendekatan ini sering disebut dengan model partisipasi (*participatory model*) atau model interaktif (*interaktif model*). Komunikasi dua arah adalah model komunikasi interaksional, merupakan kelanjutan dari pendekatan linier. Pada model ini terjadi komunikasi umpan balik (*feedback*) gagasan. Ada pengirim (*sender*) yang mengirimkan informasi dan ada penerima (*receiver*) yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respon balik terhadap pesan dari pengirim (*sender*). Dengan demikian, komunikasi berlangsung dalam proses dua arah (*two-way*) maupun proses peredaran atau perputaran arah (*cyclical proses*), sedangkan setiap partisipan memiliki peran ganda, di mana pada satu waktu bertindak sebagai *sender*, sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai *receiver*, terus seperti itu sebaliknya (Bungin, 2008).

Dalam komunikasi dua arah bukan hanya pesan yang diperhatikan tetapi juga arusnya yang dua arah. Kalau pesan yang dipentingkan, maka yang keluar hanya perintah, pengarahan atau petunjuk yang tanpa diskusi atau komunikasi sekalipun. Tetapi arusnya yang diutamakan dalam komunikasi dua arah, maka yang terjadi adalah alternatif pendapat, saran dan cara pemecahan yang timbul dari keinginan bersama. Menurut Hamijoyo (2005), model ini disebut model konvergensi komunikasi, model ini berlandaskan konsepsi komunikasi social sebagai suatu proses dialog dua arah dalam upaya mencapai saling pengertian dan kesepakatan antara dua individu atau dua kelompok atau lebih, dan bukan satu orang atau satu kelompok

yang berkuasa atau berwibawa memaksakan kekuasaan atau kewibawaannya kepada orang lain. Proses dialog dua arah menurut Effendy (2000), selalu lebih baik dari pada monologis. Proses komunikasi dialogis menunjukkan terjadinya interaksi dimana mereka yang terlibat dalam komunikasi berupaya untuk terjadinya pengertian bersama (*mutual understanding*) dan empati.

Mekanisme yang bersifat *bottom-up* ini, perencanaan pembangunan yang digunakan adalah model perencanaan partisipatif. Isu yang akan menjadi mata program dalam perencanaan digali dari bawah yang diyakini sebagai masalah dan kebutuhan nyata masyarakat. Model perencanaan partisipatif diharapkan memiliki beberapa keuntungan. Masyarakat sendiri yang dianggap paling tahu kebutuhan, permasalahan dan potensi yang dimiliki, dengan demikian program yang dirumuskan akan lebih tepat sasaran karena mempunyai relevansi yang tinggi dengan permasalahan, kebutuhan dan kondisi nyata di lapangan. Selain itu keterlibatan masyarakat dalam perencanaan akan membuat masyarakat merasa ikut memiliki, karena ikut menentukan program, sehingga ikut merasa bertanggung jawab akan keberhasilannya. Lebih dari itu, melalui cara ini masyarakat juga memperoleh kesempatan untuk belajar dan mengasah diri agar lebih memiliki kepekaan terhadap persoalan yang dihadapi dan mempunyai kemampuan merancang masa depannya sendiri (Soetomo, 2011).

Mengacu pada konsep pengembangan wilayah serta pola pendekatan komunikasi *top-down* dan *bottom-up*, Sumardjo (1999) juga mengemukakan bahwa model komunikasi pembangunan yang dinilai layak untuk dikembangkan adalah

model komunikasi “interaktif” yang menghasilkan keseimbangan dalam perspektif **teori pertukaran (*exchange theory*)**.

Paradigma komunikasi partisipatif ditandai dengan terakomodasinya aspirasi pihak atas (pemerintah) dan pihak bawah (masyarakat) dalam program pembangunan wilayah setempat. Oleh karena itu, pendekatan partisipatif lebih tepat digunakan dalam era globalisasi, karena menurut Sumardjo (1999), pendekatan tersebut lebih memungkinkan terjalin integrasi antara kepentingan nasional dengan kepentingan masyarakat dan potensi (dan permasalahan) lingkungan setempat. Pendekatan tersebut lebih menempatkan martabat manusia secara lebih layak, keberadaan masyarakat dengan aspek kepentingan dan kemampuannya menjadi lebih dikenali dan dihargai, sehingga lebih mendorong terjadinya partisipasi masyarakat yang lebih luas.

Model komunikasi partisipatif, di sisi lain mengubah pandangan dalam kerangka keragaman. Ini menekankan pentingnya identitas budaya masyarakat lokal dan demokratisasi dan partisipasi di semua tingkat-internasional, nasional, lokal dan individu. Menurut Freire (1983) semua orang baik secara individual dan kolektif memiliki hak untuk berbicara. “Berbicara bukan hak istimewa dari beberapa orang, namun hak setiap manusia“

Penerapan model partisipatif dalam komunikasi tidak mengarah ke model yang menentang pendahulunya, melainkan ingin memperluas ruang lingkup komunikasi. Dalam beberapa hal, terlepas dari batas-batas tradisional komunikasi, karena tidak hanya bertujuan untuk menginformasikan atau mengirim pesan tertentu,

tetapi juga menggunakan sifat komunikatif dan lintas sektoral untuk membangun kepercayaan, pertukaran pengetahuan dan persepsi, menyelidiki masalah dan peluang dan akhirnya mencapai konsensus tentang perubahan dimaksud antara semua pemangku kepentingan (Mefalopulos, 2003).

Komunikasi partisipatif adalah suatu proses komunikasi dimana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis, sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Rahim (2004), mengajukan empat konsep terkait komunikasi partisipatif akan mendorong terbangunnya pemberdayaan (empowerment) yaitu heteroglasia, dialogis, poliponi dan karnaval.

Pertama, Heteroglasia: Konsep ini menunjukkan fakta bahwa system pembangunan selalu dilandasi oleh berbagai kelompok dan komunitas yang berbeda-beda dengan berbagai variasi ekonomi, sosial, dan faktor budaya yang saling mengisi satu sama lain. Perbedaan berikutnya adalah pada level aktivitas pembangunan baik ditingkat nasional-lokal, makro-mikro, public-privat, teknisideologis, dan informasional-emosional. Terkait dengan berbagai perbedaan tersebut terdapat berbagai macam perbedaan bahasa dan pesan atau komunikasi yang melibatkan berbagai peserta yang berbeda. Sebagai contoh, dalam level nasional pembangunan ekonomi dan politik akan menggunakan bahasa yang berbeda dalam mengkomunikasikannya kepada orang lain karena mereka melihat pembangunan dari perspektif yang berbeda. Sementara itu, petani subsisten di level pedesaan juga akan menggunakan kosakata yang berbeda dengan mereka yang bekerja di sektor industri meskipun mereka memiliki bahasa nasional yang sama. Mereka mungkin

membicarakan permasalahan yang sama, tetapi mereka bisa saja tidak mengerti satu dengan yang lainnya.

Tantangan bagi komunikasi pembangunan adalah bagaimana memanfaatkan kekuatan heteroglasia, bagaimana menempatkan konsep tersebut untuk kepentingan publik, bagaimana menghubungkan ideologi-ideologi dan kelompok yang berbeda-beda atau variasi pandangan tentang pembangunan tanpa menekan satu pandangan atas pandangan yang lain. Inilah yang menjadi problem dari partisipasi.

Kedua, Dialog adalah komunikasi transaksional dengan pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*) pesan saling berinteraksi dalam suatu periode waktu tertentu hingga sampai pada makna-makna yang saling berbagai. Dalam dialog yang diperluas, masing-masing peserta juga melakukan dialog dengan dirinya sendiri sebelum berbicara atau merespon peserta yang lain. Peserta dalam dialog tidak memiliki kedaulatan ego, dia musti membangun suatu kesadaran diri (sosial). Kesadaran dirinya tergantung pada seberapa aktif kesadaran sosial yang lain juga dimunculkan.

Dialog internal merupakan aspek penting dalam proses dialog. Ini mirip seperti meditasi. Subjek meditasi menumbuhkan perhatian pada dunia sekitar dan subjek lain yang ada dalam dunia. Dia secara diam berbicara dengan mereka, dan dalam proses tersebut menguji secara kritis ideologi mereka sendiri. Meskipun demikian hanya sedikit orang yang dapat melakukan meditasi seperti ini. Bagi sebagian orang lain, hal ini harus dipelajari dan itu dapat dipraktekkan apabila situasi komunikasi di desain untuk menstimuli proses tersebut. Salah satu jalan untuk

mendorong meditasi tersebut dalam komunikasi pembangunan adalah dengan menstrukturkan situasi-situasi komunikasi untuk meditasi tertentu dan untuk mengkonstruksikan suatu pesan yang dapat menstimuli suatu dialogi internal.

Esensi dari dialog adalah mengenal dan menghormati pembicara lain, atau suara lain, sebagai subyek yang otonom, tidak lagi hanya sebagai obyek komunikasi. Dalam dialog setiap orang memiliki hak yang sama untuk bicara atau untuk didengar, dan berharap bahwa suaranya tidak akan ditekan atau disatukan dengan suara orang lain.

Ketiga, Poliponi adalah bentuk tertinggi dari suatu dialog dimana suarasuara yang tidak menyatu atau terpisah dan meningkat menjadi terbuka, memperjelas satu sama lain, dan tidak menutupi satu sama lain. Itu adalah suatu bentuk ideal dari komunikasi partisipatif dimana keberbedaan suara-suara disadari secara kolektif dengan menghubungkan berbagai perlakuan konstruksi umum komunitas. Kesatuan poliponi bukan sesuatu yang diperkenalkan dari luar tetapi terbangun dari suatu proses dialog sehingga otonomi suatu suara selalu diartikulasikan dengan yang lain, mendirikan ikatan saling ketergantungan yang saling menguatkan.

Keempat, Karnaval: Konsep ini bagi komunikasi pembangunan membawa semua varian dari semua ritual seperti legenda, komik, festival, permainan, parody, dan hiburan secara bersama-sama. Proses ini dilakukan dengan tidak formal dan biasa juga diselengi oleh humor dan canda tawa. Anggota komunitas didorong berpartisipasi dalam karnaval secara bebas. Karnaval tidak memiliki sanksi resmi. Ini merupakan lawan dari sesuatu yang serius dan otoritatif dari Negara, agama, politik,

dan doktrin-doktrin ekonomi. Karnaval dan pembangunan bermain secara berdampingan, masing-masing saling mengartikulasikan dan mengisi. Orang-orang hidup dengan karnaval sebelum dan selama mereka hidup dengan pembangunan. Bahasa dan gaya dari komunikasi karnaval selalu berdasarkan pengalaman khalayak yang tidak dimediasi, menggunakan kosakata yang umum, fantastik, dan berbau pengalaman dari mereka.

1.5.8. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan berasal dari kata “daya” yang mendapat awalan bermenjadi kata “berdaya” artinya memiliki atau mempunyai daya. Daya artinya kekuatan, berdaya memiliki arti kekuatan. Kata “berdaya” apabila diberi awalan pe- dengan mendapat sisipan –m- dan akhiran –an menjadi “pemberdayaan” artinya membuat sesuatu menjadi berdaya atau mempunyai kekuatan. Kata “pemberdayaan ” adalah terjemahan dari bahasa Inggris “Empowerment”, pemberdayaan berasal dari kata dasar “power” yang berarti kekuatan berbuat, mencapai, melakukan atau memungkinkan. Awalan “em” pemberdayaan dapat berarti kekuatan dalam diri manusia, suatu sumber kreativitas.

Secara konseptual pemberdayaan (empowerment) berasal dari kata power (kekuasaan atau keberdayaan). Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang. Khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam: (a) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (freedom), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan; (b)

menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; (c) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

Teori pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kemampuan atau keberdayaan kelompok rentan dan lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan, sehingga mereka memiliki keberdayaan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik secara fisik, ekonomi, maupun sosial seperti: kepercayaan diri, maupun menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya. Adapun cara yang di tempuh dalam melakukan pemberdayaan yaitu dengan memberikan motivasi atau dukungan berupa sumber daya, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan bagi masyarakat untuk meningkatkan kapasitas mereka, meningkatkan kesadaran tentang potensi yang di milikinya, kemudian berupaya untuk mengembangkan potensi yang dimiliki tersebut

Pemberdayaan merupakan pemberian wewenang dan kepercayaan kepada masyarakat setempat untuk menentukan berbagai bentuk program kegiatan pembangunan serta kebutuhan mereka melalui upaya perlindungan, penguatan, pengembangan, konsultasi dan advokasi guna meningkatkan taraf kesejahteraan sosialnya. Peranan masyarakat dan swasta dalam pembangunan daerah akan semakin besar dan menentukan. Perlu kita sadari tanpa meningkatkan partisipasi masyarakat dan swasta, otonomi akan kehilangan makna dasarnya.

Pemberdayaan adalah pemberian wewenang, pendelegasian wewenang atau pemberian otonomi ke jajaran bawah. Inti dari pemberdayaan adalah upaya membangkitkan segala kemampuan yang ada untuk mencapai tujuan. Pencapaian tujuan melalui pertumbuhan motivasi, inisiatif, kreatif, serta penghargaan dan pengakuan bagi mereka yang berprestasi. (Wijaya : 2005:77)

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya. Secara maksimal untuk bertahan untuk mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang sosial, ekonomi, agama, dan budaya. Pemberdayaan masyarakat terutama di pedesaan tidak cukup dengan hanya upaya meningkatkan produktivitas, memberikan kesempatan usaha yang sama atau memberi modal saja tetapi harus diikuti pula dengan perubahan struktur sosial ekonomi masyarakat, mendukung berkembangnya potensi masyarakat melalui peningkatan peran, produktivitas dan efisiensi serta memperbaiki empat akses yaitu : akses terhadap sumber daya, teknologi, pasar dan sumber pembiayaan. Keempat akses tersebut disamping menjadi tanggung jawab pemerintah untuk memfasilitasinya juga diperlukan peran aktif dari kelompokkelompok masyarakat di desa dan kelurahan untuk membentuk usaha bersama atas kepentingan bersama pula yang diselenggarakan secara kekeluargaan. (Wijaya: 2004:169-170)

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya pemerintah untuk mendorong akselerasi penurunan angka kemiskinan yang berbasis partisipasi yang diharapkan dapat menciptakan proses penguatan sosial yang dapat mengantar masyarakat miskin

menuju masyarakat yang madani, sejahtera, berkeadilan serta berlandaskan iman dan takwa. Sebagai tujuan pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hal yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya (Sumodiningrat, 2009 : 62).

Konsep pemberdayaan tidak mempertentangkan pertumbuhan dan pemerataan, tetapi konsep ini berpandangan bahwa dengan pemerataan tercipta landasan yang lebih luas untuk pertumbuhan dan yang akan menjamin pertumbuhan yang berkelanjutan. Upaya pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan tiga hal :

- a. Menciptakan iklim yang memungkinkan potensi manusia berkembang. Titik tolaknya adalah penekanan bahwa setiap manusia dan masyarakat memiliki potensi-potensi, kemudian diberikan motivasi dan kesadaran bahwa potensi itu dapat dikembangkan
- b. Memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat dimana perlu langkah-langkah yang lebih positif dan nyata, penyediaan berbagai masukan serta pembukaan berbagai akses kepada berbagai peluang yang akan membuat masyarakat mampu dan memanfaatkan peluang. Pemberdayaan pada jalur ini dapat berupa pemberian berbagai bantuan produktif, pelatihan, pembangunan sarana dan

prasarana baik fisik maupun sosial, dan pengembangan kelembagaan di tingkat masyarakat.

- c. Pemberdayaan mengandung arti pemihakan pada pihak yang lemah untuk mencegah persaingan yang tidak seimbang dan menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan (Hikmat, 2001 : 56).

Memberdayakan masyarakat dalam pembangunan biasanya diidentikan dengan memberikan bantuan uang. Tetapi banyak proyek-proyek Inpres yang tekanannya memberikan bantuan material kepada masyarakat desa justru mematikan swadaya masyarakat, bahkan sebaliknya menjadikan masyarakat menggantungkan diri kepada pemberi bantuan. Pola pemberdayaan dengan hanya memberikan bantuan langsung uang atau bantuan proyek kepada masyarakat tidak akan merangsang peran serta masyarakat untuk terlibat di dalam pembangunan. Pada kasus tertentu, di dalam konsep pembangunan masyarakat, memang diperlukan, akan tetapi yang lebih penting adalah pengembangan swadaya masyarakat untuk membangun diri sendiri. Ciri khas dari suatu kegiatan swadaya adalah adanya sumbangan dalam jumlah besar yang diambil dari sumberdaya yang dimiliki oleh masyarakat baik yang dimiliki individu maupun kelompok di dalam masyarakat.

Aspek penting dalam suatu program pemberdayaan masyarakat adalah program yang disusun sendiri oleh masyarakat, menjawab kebutuhan dasar masyarakat, mendukung keterlibatan kaum miskin, perempuan, buta huruf dan kelompok terabaikan lainnya, dibangun dari sumberdaya lokal, sensitif terhadap nilai-nilai budaya setempat, memerhatikan dampak lingkungan, tidak menciptakan

ketergantungan, berbagai pihak terkait terlibat, serta berkelanjutan (Hikmat, 2001 : 61). Pemberdayaan yang merupakan konsep pemberdayaan menjadi basis utama dalam pembangunan masyarakat. Pemberdayaan memiliki makna membangkitkan sumber daya, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan mereka untuk meningkatkan kapasitas dalam menentukan masa depan mereka. Konsep utama yang terkandung dalam pemberdayaan adalah bagaimana memberikan kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk menentukan sendiri arah kehidupan dalam komunitasnya.

Pemberdayaan (*Empowerment*) merupakan konsep yang berkaitan dengan kekuatan (*power*). Istilah kekuasaan seringkali identik dengan kemampuan individu untuk membuat dirinya atau pihak lain melakukan apa yang diinginkan. Kemampuan tersebut baik untuk mengatur dirinya, mengatur orang lain sebagai individu atau kelompok/ organisasi, terlepas dari kebutuhan, potensi, atau keinginan orang lain. Pemberdayaan adalah suatu proses untuk memberikan daya/ kekuasaan (*power*) kepada pihak yang lemah (*powerless*). Pemberdayaan tidak sekedar memberikan kewenangan atau kekuasaan kepada pihak yang lemah saja. Dalam pemberdayaan terkandung makna proses pendidikan, dalam meningkatkan kualitas individu, kelompok atau masyarakat sehingga mampu berdaya, memiliki daya saing, serta mampu hidup mandiri

Pendekatan pemberdayaan berhubungan dengan pembangunan merupakan masalah yang kompleks. Kompleksitas itu misalnya dari sisi manajemen berarti perlu dilakukan perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Dari sisi bidang yang harus dibangun juga memiliki aspek kehidupan yang sangat luas. Aspek

kehidupan itu mencakup kehidupan politik, ekonomi, sosial dan budaya serta pertahanan dan keamanan. Dalam manajemen pemerintahan yang otoriter yang sentralistis, dalam realitas masyarakat lebih diposisikan sebagai obyek pembangunan. Ketika pemerintahan yang demokratis yang hendak dikembangkan, maka ada perubahan posisi masyarakat yang semula lebih diposisikan sebagai obyek pembangunan menjadi subyek pembangunan. Memposisikan masyarakat sebagai subyek dalam pembangunan agar bersifat efektif perlu dicarikan berbagai alternatif strategi pemberdayaan masyarakat. Pilihan strategi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat. Pembangunan ini memfokuskan pada paparan tawaran berbagai strategi pemberdayaan masyarakat.

Menurut Edi Suharto (2010:57) Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (empowerment), berasal dari kata “power” (kekuasaan atau keberdayaan). Karenanya ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan, kekuasaan diakaitkan dengan kemampuan untuk mengubah orang lain yang berkaitan dengan pengaruh dan kontrol. Dengan pemahaman tersebut maka pemberdayaan sebagai sebuah proses perubahan kemudian memiliki konsep yang bermakna.

Dengan kata lain kemungkinan terjadinya proses pemberdayaan sangat tergantung pada dua hal:

1. Bahwa kekuasaan dapat berubah, jika kekuasaan tidak dapat berubah pemberdayaan tidak mungkin terjadi dengan cara apapun.

2. Bahwa kekuasaan dapat diperluas, konsep ini menekankan pada pengertian kekuasaan yang tidak statis, melainkan dinamis.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa pemberdayaan merupakan tugas pemerintah yang sangat kompleks oleh karena itu kepala negara sebagai penanggung jawab pemerintahan mendelegasikan sebagai wewenangnya kepada pejabat-pejabat dibawahnya seperti pemerintah provinsi untuk menjalankan tugas pemerintahan daerahnya. Berdasarkan azas pembantuan, demikian juga pemerintah kabupaten dan kecamatan untuk mempermudah pelaksanaan pemerintahan. Adapun tugas umum pemerintahan kepada kecamatan menurut pasal 126 ayat 3 Undang-undang No 23 tahun 2004 tentang pemerintah daerah, adalah sebagai berikut:

1. Mengkoordinasikan kegiatan pemberdayaan masyarakat
2. Mengkoordinasikan upaya penyelenggaraan ketentraman dan ketertiban umum.
3. Mengkoordinasikan penerapan dan penegakan peraturan perundang-undangan
4. Mengkoordinasikan pemeliharaan prasarana dan fasilitas pelayanan umum
5. Mengkoordinasikan penyelenggaraan kegiatan pemerintah ditingkat kecamatan
6. Membina penyelenggaraan pemerintahan desa/kelurahan
7. Melaksanakan pelayanan masyarakat yang menjadi ruang lingkup tugasnya dan atau belum dapat dilaksanakan pemerintahan desa/kelurahan.

Menurut Widjaja (2008 :77), pemberdayaan masyarakat merupakan upaya membangkitkan segala kemampuan yang ada untuk mencapai tujuan melalui perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Pencapaian tujuan melalui pertumbuhan motivasi, inisiatif, kreatif serta penghargaan dan pengakuan bagi

mereka yang berprestasi. Pemberdayaan masyarakat dan swasta sama pentingnya dengan peningkatan pengetahuan, perluasan wawasan dan peningkatan aparatur/birokrat bagi pelaksanaan tugas, yang sesuai dengan fungsi dan profesi masing-masing. Pemberdayaan akan semakin mampu memberi kesempatan kepada masyarakatnya untuk menunjukkan ciri sebagai masyarakat membangun.

Secara konkrit, pemberdayaan masyarakat diupayakan melalui pembangunan ekonomi rakyat dan meningkatkan taraf hidup masyarakat yang diberdayakan. Pemberdayaan masyarakat adat terpencil merupakan salah satu program pemerintah upaya untuk menjadikan masyarakat lebih berdaya dan 43 berkemampuan sehingga mereka dapat mewujudkan potensi kemampuan yang mereka miliki. Dari definisi di atas dapat dijelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah upaya membuat masyarakat berkemampuan dan berkekuatan, meningkatkan harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan mengambangkan diri secara mandiri baik bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya

1.5.9. Produktivitas

Produktivitas mempunyai arti penting dalam meningkatkan kesejahteraan nasional. Hal ini disebabkan karena produktivitas merupakan kekuatan untuk menghasilkan barang dan jasa. Peningkatan produktivitas juga dapat berdampak pada peningkatan standar hidup. Secara umum produktivitas diartikan sebagai hubungan antara keluaran (output) yang dihasilkan dengan masukan (input) yang sebenarnya. Dalam Laporan Dewan Produktivitas Nasional tahun 1993, dikatakan bahwa

“Produktivitas mengandung sikap mental yang selalu berpandangan bahwa kehidupan hari ini harus lebih baik dari kemarin dan esok lebih baik dari hari ini” (Malayu S.P. Hasibuan, 2009: 125).

Sementara National Productivity Board of Singapore merumuskan “Pada dasarnya produktivitas adalah sikap mental (attitude of mind) yang mempunyai semangat untuk bekerja keras dan ingin memiliki kebiasaan untuk melakukan perbaikan” (Manullang K. dan Andreas G. Munthe, 1993 :1). Perwujudan sikap mental yang berkaitan dengan diri sendiri dapat dilakukan melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, disiplin, upaya pribadi dan ketekunan kerja, sedangkan yang berkaitan dengan pekerjaan dapat dilakukan melalui manajemen dan metode kerja yang baik, tepat waktu serta sistem dan teknologi yang lebih baik.

Hal ini sesuai dengan produktivitas dipandang dari segi filosofis yang mengandung pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan. Pandangan hidup dan sikap mental seperti ini mendorong manusia untuk tidak cepat puas dengan hasil yang telah dicapai, akan tetapi manusia akan terus menerus mengembangkan diri dan meningkatkan kemampuan kerja melalui peningkatan yang berkaitan dengan diri sendiri maupun peningkatan yang berkaitan dengan pekerjaan.

Secara lebih sederhana, International Labour Organization (ILO) menyatakan bahwa “Produktivitas adalah perbandingan secara ilmu hitung antara jumlah yang dihasilkan dengan jumlah setiap sumber yang dipergunakan selama produksi berlangsung” (Malayu S.P. Hasibuan, 2009: 127). Menurut pengertian tersebut

produktivitas dapat dihitung dengan membandingkan jumlah produk yang dihasilkan dengan sumber-sumber yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut berupa: tanah, bahan baku dan bahan pembantu, pabrik, mesin-mesin dan alat-alat serta tenaga kerja manusia.

Menurut Basu Swastha (1995: 281) “Produktivitas adalah suatu konsep yang menggambarkan hubungan antara hasil (jumlah barang dan jasa yang diproduksi) dengan sumber (jumlah tenaga kerja, modal, tanah, energi, dan sebagainya) yang dipakai untuk menghasilkan hasil tersebut”.

Produktivitas kerja merupakan masalah yang penting dalam perusahaan dan menentukan kelangsungan usaha suatu perusahaan. Dua aspek vital dari produktivitas adalah efisiensi yang berkaitan dengan seberapa baik berbagai masukan tersebut dikombinasikan atau bagaimana pekerjaan tersebut dilaksanakan dan efektivitas yang berkaitan dengan suatu kenyataan apakah hasil-hasil yang diharapkan atau tingkat keluaran itu dapat tercapai. Sehingga, produktivitas kerja sangat tergantung dari sumber daya manusia yang bekerja dan memiliki ruang lingkup yang lebih baik.

Sebagaimana dalam doktrin pada konferensi Oslo 1984 yang dikutip Muchdarsyah Sinungan (2005: 17) mengemukakan bahwa “Produktivitas adalah suatu konsep yang bersifat universal yang bertujuan untuk menyediakan lebih banyak barang dan jasa untuk lebih banyak manusia, dengan menggunakan sumber-sumber riil yang semakin sedikit”.

Pengertian produktivitas kerja bukanlah merupakan hasil yang tercipta dengan sendirinya akan tetapi harus diupayakan oleh karyawan yang diharapkan dapat

terlibat dalam program perusahaan sehingga dapat mengetahui apa yang diminta oleh perusahaan dari kerja yang dilakukan dan bersedia melaksanakan apa yang dibebankan kepada karyawan. Untuk mendapatkan produktivitas kerja yang lebih tinggi, perusahaan tersebut perlu menumbuhkan semangat kerja dan kegairahan kerja dari karyawan.

Produktivitas kerja juga tidak lepas dari tindakan atau perilaku karyawan untuk patuh pada peraturan yang berlaku dalam perusahaan. Karyawan bekerja dengan baik apabila dia memahami apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab karyawan, ini berarti dia harus patuh terhadap apa yang ditentukan oleh perusahaan, dalam hal ini perlu adanya kedisiplinan. Disiplin dalam pengertian ini didefinisikan sebagai sikap kejiwaan dari seseorang yang senantiasa berhubungan untuk mengikuti atau mematuhi segala peraturan yang telah ditetapkan. Dengan disiplin kerja, karyawan dapat menghargai waktu, tenaga dan biaya sehingga kerja yang dilakukan menjadi maksimal.

Hasil yang dicapai dari kerja yang dilakukan adalah hal yang ingin dicapai melalui produktivitas kerja. Berbicara mengenai hasil maka tidak akan lepas dari kemampuan kerja karyawan. Sulit dibayangkan seseorang dapat mencapai hasil baik tanpa diiringi dengan kemampuan yang dimiliki seseorang tersebut.

Menurut J. Ravianto (1985: 16) “Produktivitas kerja diartikan sebagai perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta karyawan perusahaan per satuan waktu”. Dalam pengertian tersebut menunjukkan bahwa terdapat kaitan antara

hasil kerja dan waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk dari seorang tenaga kerja.

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa produktivitas kerja adalah perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta karyawan untuk mengerahkan segala tenaga dan kemampuan yang dimiliki dalam menghasilkan barang dan jasa per satuan waktu. Dengan kemampuan yang baik membentuk karyawan yang berkualitas sehingga mampu melaksanakan tugas yang diberikan kepada karyawan dengan benar.

Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Tinggi rendahnya produktivitas kerja berhubungan dengan beberapa faktor baik yang berkaitan dengan karyawan itu sendiri, lingkungan/kebijakan perusahaan maupun kebijakan pemerintah secara keseluruhan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan dan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas kerja.

Menurut Balai Pengembangan Produktivitas Daerah ada enam faktor utama yang menentukan produktivitas kerja yaitu:

- 1) sikap kerja dan etos kerja
- 2) tingkat keterampilan
- 3) hubungan tenaga kerja dan pemimpin
- 4) manajemen produktivitas
- 5) efisiensi tenaga kerja
- 6) kewirausahaan (Husen Umar, 1999: 11)

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas tenaga kerja menurut

Pandji Anoraga (1997: 178-179) meliputi:

- 1) motivasi
- 2) pendidikan
- 3) disiplin kerja
- 4) keterampilan
- 5) sikap etika kerja
- 6) gizi dan kesehatan
- 7) tingkat penghasilan
- 8) lingkungan kerja dan iklim kerja
- 9) teknologi
- 10) sarana produksi
- 11) jaminan sosial
- 12) manajemen
- 13) kesempatan berprestasi

Pendapat lain dikemukakan oleh Bambang Kussriyanto (1993:2) antara lain:

Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas tenaga kerja, yaitu tingkat pendidikan, keterampilan, disiplin, sikap dan etika, motivasi, gizi dan kesehatan, tingkat penghasilan, jaminan sosial, lingkungan dan iklim kerja, hubungan industrial, teknologi sarana produksi, investasi, perijinan, moneter, fiskal, harga, distribusi kerja dan lain-lain.

Menurut Muchdarsyah Sinungan (2005: 56) tinggi rendahnya produktivitas kerja seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- 1) manusia
- 2) modal
- 3) metode (proses)
- 4) lingkungan organisasi (internal)
- 5) lingkungan produksi
- 6) lingkungan Negara (eksternal)
- 7) lingkungan internal maupun regional
- 8) umpan balik.

Produktivitas kerja berhubungan dengan berbagai faktor baik yang berhubungan dengan karyawan itu sendiri, maupun faktor lain yang saling berhubungan, sehingga perlu diadakan penyederhanaan. Menurut J. Ravianto yang dikutip Assilina (1996: 15-16) menggolongkan faktor-faktor tersebut sebagai berikut:

1) tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan seorang karyawan menunjukkan tingkat pengetahuan dan pemahamannya untuk menjalankan tugas-tugas yang dihadapi secara efisien. Pengetahuan dan pemahaman karyawan akan pelaksanaan kerja sangat menentukan dalam usaha mencapai hasil-hasil kerja yang telah ditetapkan.

2) motivasi kerja

Untuk menggerakkan manusia agar sesuai dengan tujuan yang dihendaki maka, perlu dipahami motivasi individu yang bekerja didalam perusahaan tersebut. Dengan mengetahui motivasi tersebut, maka pimpinan perusahaan dapat membimbing dan mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik.

3) disiplin kerja

Disiplin kerja adalah suatu sikap kejiwaan seseorang atau kelompok, yang mempunyai keinginan untuk mengikuti atau mematuhi peraturan-peraturan yang telah ditetapkan didalam suatu perusahaan. Disiplin kerja dapat dibina dan ditingkatkan melalui suatu bentuk sikap yang ditunjukkan kerja untuk dapat bekerja dan menghargai waktu dengan lebih baik.

4) sikap dan etika kerja

Merupakan suatu sikap yang harus dimiliki oleh karyawan untuk membina hubungan karyawan yang serasi, selaras, dan seimbang baik di dalam kelompok itu sendiri maupun di dalam kelompok lain yang sesuai dengan etika kerja yang berlaku di dalam suatu perusahaan.

5) gizi dan kesehatan

Kesehatan tubuh seseorang akan dipengaruhi oleh gizi dan pola makan yang dikonsumsi setiap hari. Gizi dan pola makan yang seimbang akan berpengaruh terhadap pola pikir dan daya tahan tubuh seseorang karyawan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya dengan baik.

6) teknologi

Dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang meliputi sarana dan prasarana yang serba otomatis dan semakin canggih, maka akan mempermudah manusia dalam menyelesaikan pelaksanaan tugas-tugasnya secara efektif dan efisien.

7) manajemen

Dalam suatu perusahaan, manajemen yang efektif dan efisien adalah manajemen yang dapat mengatur dan mengarahkan semua usaha anggota perusahaan dan pengguna sumber daya perusahaan lainnya agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

8) kesempatan untuk berprestasi

Setiap orang pasti ingin mengembangkan semua potensi yang ada di dalam dirinya. Dengan mengetahui potensi yang ada dalam dirinya, maka karyawan akan semakin terpacu dan bersemangat untuk lebih mengutamakan prestasi dalam melaksanakan suatu pekerjaan yang dibebankan kepadanya.

9) lingkungan dan iklim kerja

Untuk menciptakan lingkungan dan iklim kerja yang baik diperlukan suatu hubungan komunikasi yang konstruktif dan saling mendukung antara atasan dan bawahan dalam lingkungan organisasi tersebut.

Menurut Payaman J. Simanjuntak (2001:39-42), faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja adalah:

- 1) kualitas dan kemampuan fisik karyawan. Kualitas dan kemampuan fisik karyawan untuk meningkatkan produktivitas kerja dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, latihan, motivasi kerja, etos kerja, mental dan kemampuan fisik karyawan yang bersangkutan.
- 2) sarana pendukung. Sarana pendukung untuk meningkatkan produktivitas kerja perusahaan dapat dikelompokkan pada dua golongan, yaitu:
 - a) menyangkut lingkungan kerja, termasuk teknologi dan cara produksi. Sarana dan peralatan yang digunakan, tingkat keselamatan kerja dan kesehatan kerja serta suasana dalam lingkungan itu sendiri.
 - b) menyangkut kesejahteraan karyawan yang tercermin dalam sistem pengupahan dan jaminan kelangsungan kerja.

3) Prasarana untuk meningkatkan produktivitas kerja terdiri dari:

- a) kebijakan pemerintah baik di bidang ekspor maupun impor.
- b) hubungan industrial

Hubungan yang dimaksud adalah hubungan antara pengusaha dengan karyawan, hubungan antara karyawan dengan karyawan. Pembatasan-pembatasan dan pengawasan yang mempengaruhi ruang gerak karyawan perusahaan dan jalannya aktivitas perusahaan. Se jauh mana hak-hak karyawan mendapat perhatian perusahaan serta sejauh mana karyawan dilibatkan dalam penentuan kebijaksanaan perusahaan.

- c) manajemen

Peran manajemen sangat strategis untuk meningkatkan produktivitas, yaitu dengan mengkombinasikan dan mendayagunakan semua sarana produksi, menerapkan fungsi-fungsi manajemen, menciptakan sistem kerja dan pembagian kerja, menempatkan orang yang tepat pada pekerjaan yang tepat, serta menciptakan kondisi dan lingkungan kerja yang aman dan nyaman.

Diantara banyak faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja, peneliti memilih tiga faktor yang dominan yaitu faktor pengalaman kerja, upah dan disiplin kerja. Pengalaman kerja seseorang akan menunjukkan tingkat pengetahuan dan pemahamannya untuk menjalankan tugas-tugas yang dihadapi. Upah yang sesuai dengan pengorbanan yang telah diberikan karyawan kepada perusahaan akan mendorong rasa puas pada diri karyawan dan akan membuat karyawan bekerja lebih maksimal lagi yang secara langsung dapat berdampak pada peningkatan produktivitas

kerja. Begitu pula disiplin kerja, merupakan kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan yang akhirnya akan berpengaruh terhadap produktivitas kerja.

1.5.10. Pengertian Komunikasi Pembangunan

Effendy (2006:92) mengartikan komunikasi pembangunan sebagai proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah. Komunikasi pembangunan merupakan proses interaksi seluruh warga masyarakat (aparatur pemerintah, penyuluh, tokoh masyarakat, LSM, individu atau kelompok/organisasi sosial) untuk menumbuhkan kesadaran dan menggerakkan partisipasi melalui proses perubahan terencana demi tercapainya mutu-hidup secara berkesinambungan, dengan menggunakan teknologi atau menerapkan ide-ide yang sudah terpilih (Mardikanto, 1987:20).

Komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan; terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan (Nasution, 2002:106). Dengan demikian dapat disarikan, bahwa komunikasi pembangunan adalah proses interaksi dan penyebaran informasi secara timbal balik antara pihak-pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan (pemerintah, masyarakat, dan lembaga kemasyarakatan) sejak tahap perencanaan, pelaksanaan hingga penilaian pembangunan. Komunikasi pembangunan dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat.

Pengembangan model komunikasi pembangunan didasarkan pada pendekatan Manajemen Sumberdaya Lokal (*Community-Based Resource Manajement*), yaitu suatu paradigma pembangunan yang menempatkan peranan individu, bukan sebagai subyek tetapi sebagai pelaku yang turut menentukan tujuan yang hendak dicapai, menguasai sumber-sumber dan mengarahkan proses yang menentukan hidup mereka sendiri (Korten, 1984). Paradigma ini memberi tempat yang sangat penting bagi prakarsa dan keanekaragaman lokal, serta menekankan pentingnya masyarakat lokal yang mandiri (*self-reliant communities*) sebagai suatu sistem yang mengorganisir diri. Keterlibatan seluruh pihak yang berkepentingan atau pemegang peran pembangunan (*stakeholders*) dalam suatu komunitas, dan perhatian terhadap keberadaan institusi-institusi lokal, kelompok kelompok lokal, inisiatif lokal, kapital sosial, kearifan lokal, nilai-nilai tradisi lokal, dan sebagainya menjadi faktor kunci dari pendekatan manajemen sumberdaya lokal (Nugroho, 2004:1).

1.5.11. Teknik Komunikasi

1.5.11.1. Efektivitas Penyuluhan

Menurut Lionberger dan Gwin (1982:218), menyatakan seorang penyuluh memiliki tugas ganda, yaitu selain menyampaikan informasi, juga berupaya mengubah perilaku masyarakat yang menjadi sasarannya. Artinya di samping ia melaksanakan fungsi sebagai komunikator, ia juga harus mampu mempengaruhi masyarakat sasaran agar memiliki perilaku tertentu untuk dapat berpartisipasi dalam proses pembangunan yang sedang diupayakan. Agar kegiatan penyuluh berhasil dengan baik, maka harus diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi.

Emerson (1982:16) mengartikan efektivitas sebagai pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedang Gill (1982:7) mendefinisikan efektivitas sebagai suatu tingkat prestasi dalam mencapai tujuan, artinya sejauhmana tujuan yang telah ditetapkan akan dicapai. Dengan demikian komunikasi dikatakan efektif apabila sasaran dan tujuan komunikasi dapat tercapai. Oleh karena itu efektivitas penyuluhan/komunikasi melekat dengan teknik komunikasi yang dipergunakan. Jika forum komunikasi merupakan saluran bagi penyebaran pesan pembangunan, maka teknik komunikasi adalah cara bagaimana supaya penyebaran pesan pembangunan dapat menimbulkan efek yang diharapkan, sebab fungsi teknik komunikasi yang utama adalah:

- 1) Membangun pengertian atau pemahaman yang sama tentang suatu pesan/informasi. Sesuai dengan asal katanya komunikasi (*communication*) dari

kata Latin *communis* yang berarti sama, atau *communico* yang berarti membuat sama (Mulyana, 2005:41);

- 2) Mengarahkan komunikasi pada tujuan komunikasi (*distinction*), yaitu terjadinya perubahan pendapat, sikap, atau perilaku ditunjukkan melalui umpan balik (*feedback*) dari komunikasi (Charnley, 1965:335).

1.5.11.2. Model Komunikasi Dua Tahap

Agen perubahan merupakan pelaku komunikasi dengan peran-peran tertentu. Peran agen perubahan menunjukkan adanya aspek dinamis dari kedudukan seorang agen perubahan (Lavael, 1996:81) Peran utama agen perubahan adalah:

- a) Katalisator yang menggerakkan masyarakat untuk melakukan perubahan,
- b) Pemberi pemecahan persoalan,
- c) Pembantu proses perubahan: membantu proses pemecahan masalah dan penyebaran inovasi
- d) Penghubung (*linker*) dengan sumber-sumber yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang dihadapi (Havelock, 1973:7).

Keberadaan agen perubahan (*change agents*) dalam kegiatan komunikasi pembangunan sekaligus merupakan komunikator lokal bagi lingkungannya. Model komunikasi dua tahap (*two step flow communications*) menempatkan agen perubahan sebagai pemuka pendapat (*opinion leaders*) dalam proses berkomunikasi.

Menurut Susanto (1977a:11), pada masyarakat tradisional (perdesaan) dependensi terhadap pemuka pendapat khususnya dalam menginterpretasikan isi

pesan komunikasi sangat tinggi. Pemuka pendapat adalah pemimpin informal yang tidak selalu memiliki otoritas formal namun sangat berperan dalam membimbing tingkahlaku dan mempengaruhi keputusan masyarakat (Muhammad, 2005:102). Atas dasar kedua pendapat tersebut, maka keberadaan pemuka pendapat sangat diperlukan dalam mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku (partisipasi) masyarakat. Posisi agen-agen perubahan dalam penyebaran ide-ide pembangunan dapat dilihat dalam model komunikasi dua tahap. Pada model komunikasi satu tahap (*one step flow communications*), sumber (A) menyoroti objek atau peristiwa tertentu dalam lingkungannya (X1, X2, X3, X4, .., X~) dan menciptakan pesan (X') yang ia kirimkan kepada penerima (B). Selanjutnya B mengirimkan umpan balik atau *feed back* (fBA) kepada A. Dengan cara menambahkan suatu unsur lain (C) yaitu pemuka pendapat/agen perubahan, Westley dan MacLean mengubah model tersebut menjadi model komunikasi dua tahap. Dalam model kedua ini, pemuka pendapat (C) menerima pesan (X') dari sumber (A) atau menyoroti objek orientasi (X3, X4) dalam lingkungannya. Dari informasi yang diperoleh, pemuka pendapat menciptakan pesan sendiri (X'') yang ia kirimkan kepada penerima (B), sehingga terbentuk suatu sistem penyaringan, karena penerima tidak memperoleh informasi langsung dari sumbernya, melainkan dari pemuka pendapat.

Adapun fungsi pemuka pendapat di antaranya sebagai: penyaring informasi/ide (*gatekeeper*), penyebar informasi, dan penghalang/pembendung atau pemercepat penyebaran dan penerimaan informasi (Susanto, 1977a:88). Pemuka

pendapat dapat juga dapat menjalankan peranan informasional (*informational roles*) berupa:

- a) Peranan monitor (*monitor role*), yaitu memandang lingkungannya sebagai sumber informasi;
- b) Peranan penyebar (*disseminator role*), menyampaikan informasi pembangunan kepada masyarakat di lingkungannya;
- c) Peranan jurubicara (*spokesman role*) yaitu menyampaikan aspirasi masyarakat di lingkungannya (Effendy, 2006:119).

1.5.11.3. Model Komunikasi Persuasif

Persuasif adalah komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi pilihan komunikan, demikian menurut Brembeck and William S. Howell (1976:19). Komunikasi persuasif dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis (Rakhmat, 1995:6). Komunikasi persuasif adalah suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak dipengaruhi (Susanto, 1977a:17).

Teknik komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan cara (Kertapati, 1980:34):

- 1) *Acceptance device*, yaitu penyampaian pesan dengan kata-kata atau simbol-simbol komunikasi yang memberikan asosiasi yang menyenangkan. Cara ini dapat dipergunakan untuk memperoleh penerimaan (*acceptance*), kepercayaan (*confidence*), dukungan (*support*) dan partisipasi masyarakat ;

- 2) *Rejection device*, yaitu penyampaian pesan dengan kata-kata tau simbol-simbol komunikasi yang membangkitkan rasa khawatir atau takut (*fear arousing*) ;
- 3) *Testimonial device*, yaitu pesan/ajakan dilakukan dengan cara mensitir, kata-kata, pendapat orang-orang yang terkenal, atau dalil-dalil penguat ;
- 4) *Bandwagon device*, yaitu persuasi dengan cara menyediakan suporter atau tukang tepuk.

Selain itu, pesan pembangunan dapat diterima oleh masyarakat apabila ada harapan akan memperoleh manfaat (*expectation of reward*) (Susanto, 1977a:11), dan sesuai dengan *Dissonance Reduction Theory*, manusia tidak menyukai adanya perbedaan/pertentangan antara norma-norma dalam dirinya dan ia akan menerima pendapat yang dapat mengurangi ketegangan atau pertentangan norma dalam dirinya (Susanto, 1977b:151). Oleh karena itulah dalam penyebaran pesan pembangunan pada masyarakat yang agamis akan sangat efektif apabila menggunakan motivasi agama dan penguatan dalil-dalil agama.

1.5.11.4. Model Komunikasi Dua Arah

Penyebaran pesan pembangunan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu: komunikasi satu arah (*one way traffic of communication*) dan komunikasi yang bersifat timbal balik/komunikasi dialogis/komunikasi sambung rasa (Sastropetro, 1988:211). Penyebaran informasi dalam komunikasi pembangunan hendaknya menimbulkan pengertian yang benar dan jelas dan sekaligus pengertian yang sama di antara komunikator dan komunikan, sehingga perlu adanya komunikasi yang dialogis (*two way traffic of communications*).

Unsur utama terjadinya komunikasi dua arah, adalah adanya tanggapan/balikan (*feedback*) dari komunikan terhadap pesan/informasi yang diberikan oleh komunikator (Sailer dalam Muhammad: 2005:13), sehingga antara komunikator dan komunikan berada dalam situasi komunikasi yang saling berinteraksi dan sejajar. Komunikasi dua arah dapat dilakukan dengan cara menjangkau aspirasi atau masukan publik dengan mengadakan konsultasi publik (Sumarto, 2004:172), yaitu suatu metode untuk pertukaran informasi, gagasan dan kepedulian tentang suatu isu antara pemerintah dan masyarakat. Melalui proses ini masyarakat memperoleh kesempatan untuk mempengaruhi perumusan kebijakan.

Dengan konsultasi publik diharapkan terbangun dukungan dari masyarakat terhadap program yang diusulkan. Dalam proses konsultasi akan terjadi proses saling mendengar antara pemerintah dan masyarakat. Pemerintah dan pelaksana pembangunan memiliki kesempatan untuk mendengar dan melihat kenyataan di masyarakat setempat.

1.5.11.5. Model Komunikasi Deliberatif

Prasarana lokal adalah barang publik yang dalam penyediaannya membutuhkan adanya keputusan publik. Oleh karena keputusan publik sangat terkait dengan proses berdemokrasi, maka pengembangan komunikasi pembangunan dalam penyediaan prasarana perdesaan hendaknya juga memperhatikan bagaimana tipologi berdemokrasi yang ada di desa. Diamond (1999) berpendapat, bahwa demokrasi perwakilan hanya cocok sampai tingkat kabupaten, karena dari segi wilayah dan penduduk, maka gagasan demokrasi menggunakan metode musyawarah tidak

mungkin diterapkan. Di lokasi, karena ukurannya yang masih terjangkau, akan lebih baik mempraktikkan demokrasi partikular yang berbasis pada komunitarian. Dengan demikian teknik komunikasi deliberatif menjadi salah satu teknik komunikasi pembangunan yang sangat penting dalam proses penyediaan prasarana di wilayah perdesaan. Oleh Sumarto (2004:14), teknik komunikasi deliberatif didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan yang didahului dengan diskusi (musyawarah) tentang alasan dukungan/penentangan terhadap suatu pandangan.

1.5.11.6. Perhatian dan Partisipasi Masyarakat

Andersen (Rakhmat, 1994:52) mengartikan perhatian (*attention*) sebagai suatu proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian sering muncul sesuai dengan kepercayaan, sikap, nilai, dan kepentingan yang dimiliki, sehingga perhatian bersifat sangat selektif (*selective attention*) (Suprpto, 2006:10). Perhatian sangat mempengaruhi persepsi (Rakhmat, 1994:52). Perhatian masyarakat terhadap prasarana di lingkungannya sangat terkait bagaimana persepsi sosial (*social perception*) yang mereka miliki, yaitu kecakapan untuk melihat dan memahami perasaan-perasaan, sikap-sikap, kebutuhan-kebutuhan masyarakat sebagai keseluruhan (Gerungan, 1991:136). Hal inilah yang menyebabkan penerimaan setiap orang terhadap suatu gagasan, ide atau inovasi pembangunan mengalami tahapan yang berlainan. Adanya perhatian merupakan salah satu bentuk dari efek komunikasi yang positif. Menurut *Stimulus-Organisme-Response Theory* (Teori S-O-R) yang

diperkenalkan oleh Hovland, Jenis dan Kelley, bahwa suatu pesan atau inovasi (*stimulus*) yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya komunikan mengerti, selanjutnya menerima. Bila proses ini dilalui maka terjadilah perubahan sikap pada diri komunikan (Effendy, 1993:225). Dengan demikian perhatian akan berlanjut pada partisipasi. Dalam teori "A-A-procedure" ditunjukkan hubungan yang sangat jelas antara perhatian dan partisipasi. Dalam teori tersebut disebutkan, bahwa partisipasi (*action*) dimulai dari timbulnya perhatian (*attention*) terlebih dahulu, untuk kemudian tumbuh minat (*interest*), berikut hasrat (*desire*), dan akhirnya terjadi keputusan (*decision*) untuk melakukan kegiatan (*action*) (Dorwin Cartwright dalam Effendy, 1981:87). Adapun bentuk-bentuk partisipasi menurut Sastropetro (1988:12), di antaranya: partisipasi pikiran (*psychological participation*), partisipasi tenaga (*physical participation*), partisipasi pikiran dan tenaga (*psychological and physical participation*), partisipasi keahlian (*participation with skill*), partisipasi barang (*material participation*), dan partisipasi uang (*money participation*).

1.5.11.7. Efektivitas dan Produktivitas Komunikasi Pembangunan

Nasution (2004) mengutip pernyataan Hedebro tentang tiga aspek komunikasi dan pembangunan yang berkaitan dengan tingkat analisisnya. Ketiga aspek tersebut meliputi hal berikut :

1. Pendekatan yang berfokus pada pembangunan suatu bangsa, dan peran media massa menyumbang upaya tersebut. Di sini, politik dan fungsi-fungsi media

massa dalam pengertian yang umum merupakan objek studi, sekaligus masalah-masalah struktur organisasional dan pemilikan, serta kontrol terhadap media. Untuk studi jenis ini, digunakan istilah kebijakan komunikasi dan merupakan pendekatan yang paling luas dan bersifat umum;

2. Pendekatan untuk memahami peranan media massa dalam pembangunan nasional, namun lebih jauh spesifik. Persoalan utama dalam studi ini adalah penggunaan media agar dapat dipakai secara efisien, untuk mengajarkan pengetahuan tertentu bagi masyarakat suatu bangsa
3. Pendekatan yang berorientasi kepada perubahan yang terjadi pada suatu komunitas lokal atau desa. Studi jenis ini mendalami bagaimana aktivitas komunikasi dapat dipakai untuk mempromosikan penerimaan yang luas akan ide-ide dan produk baru

1.5.11.8. Komunikasi Pembangunan Partisipatif

Harris (1996) menyatakan bahwa pendekatan komunikasi pembangunan partisipatif perlu dikembangkan untuk mengembangkan masyarakat di tingkat bawah melalui pendekatan pendidikan non formal. Terkait dengan pendekatan pembangunan yang diterapkan di Indonesia, Waskita (2005) mencermati bahwa pembangunan sampai saat ini masih terlalu berfokus pada hal-hal fisik dan terukur. Hal ini pada gilirannya, berkontribusi terhadap model komunikasi yang dianut cenderung menunjukkan pola interaksi yang terbatas dan berkaitan dengan kekuasaan dan pelayanan. Alternatif model komunikasi yang diusulkan adalah komunikasi dialogis antar orang yang terlibat dalam proses pembangunan.

1.5.11.9. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan memiliki berbagai interpretasi, pemberdayaan dapat dilihat sebagai suatu proses dan program. Payne (1997) mengemukakan bahwa pemberdayaan (*empowerment*) pada hakekatnya bertujuan untuk membantu klien mendapatkan kekuatan (*daya*) untuk mengambil keputusan dan tindakan yang akan dilakukan dan berhubungan dengan diri klien tersebut, termasuk mengurangi kendala pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Pemberdayaan dilakukan dengan jalan meningkatkan kapasitas, pengembangan rasa percaya diri untuk menggunakan kekuatan, dan mentransfer kekuatan dari lingkungannya. Sebagai suatu proses, pemberdayaan adalah usaha yang terjadi terus menerus sepanjang hidup manusia.

Bowling dan Barbara (2002) mengemukakan bahwa program penyuluhan dapat membentuk perubahan perilaku melalui prinsip berbagi pengetahuan, dan pengalaman dengan masyarakat. Bersama-sama masyarakat, dapat dilakukan berbagai kegiatan yang mengarah pada pembentukan perilaku masyarakat. Pemberdayaan sebagai sebuah program mempunyai makna bahwa pemberdayaan merupakan tahapan-tahapan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan dalam kurun waktu tertentu.

Dalam konteks ini, pelaksanaan program pemberdayaan dibatasi waktu, sehingga tampak sebagai kegiatan keproyekan. Kondisi seperti ini tentu tidak menguntungkan bagi pelaksana program maupun komunitas target, karena sering

terjadi kegiatan terputus di tengah jalan, dan kurangnya koordinasi antar lembaga yang terlibat dalam program. Pemberdayaan masyarakat pesisir mencakup dua dimensi yaitu budaya dan struktur sosial (Satria 2001). Selain itu, pemberdayaan dalam komunitas nelayan akan lebih berhasil jika menerapkan prinsip kejelasan tujuan, prinsip dihargainya pengetahuan dan penguatan nilai lokal, prinsip keberlanjutan, prinsip ketepatan kelompok sasaran atau tidak bias pada nelayan pada strata maupun golongan tertentu, dan prinsip kesetaraan *gender*, artinya baik pria maupun wanita memiliki secara aktif diakui hak– haknya dalam masyarakat, memiliki status dan peran sesuai budaya setempat, dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan dalam keluarga dan masyarakat.

1.6. Penelitian terdahulu (state of the art)

No	Nama	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Amir Mahmud (2007)	Model Komunikasi Pembangunan dalam Penyediaan Prasarana Perdesaan di Kawasan Pesisir Utara Jawa Tengah (Studi Kasus Desa Morodemak dan Purwosari Kabupaten Demak)	Pendekatan Kuantitatif yang didasarkan aliran pemikiran positivistik dengan proses penelitian yang bersifat deduktif	Berdasar dari hasil analisis IPA (<i>Importance-Performance Analysis</i>), akses <i>stakeholders</i> dalam setiap tahapan kegiatan forum komunikasi rendah, ditandai dengan rendahnya tingkat keikutsertaan warga, keterbukaan forum, rutinitas kegiatan dan <i>kohesivitas</i> forum. Begitu pula tingkat penerapan teknik komunikasi dua tahap, <i>persuasif</i> , <i>dialogis</i> dan <i>deliberatif</i> yang sebenarnya sesuai dengan kondisi perdesaan juga rendah
2	Mosonik Jackline Chepngetich (2017)	<i>The Influence of Participatory Communication in Promoting Accountability and Transparency of Constituency Development Fund in Emurua District Constituency</i>	Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data kuantitatif sedangkan data kualitatif disajikan dengan menggunakan metode naratif.	Komunikasi partisipatif yang ternyata terbukti berkaitan dengan akuntabilitas dan transparansi dana pembangunan .
3	Siti Amanah (2010)	Peran Komunikasi Pembangunan dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir	Analisis deskriptif dengan konsep Checkland (1984) tentang <i>soft system methodology</i> (SSM) dengan desain konsep tentang CATWOE. CATWOE <i>Customers (C), Actors (A), Transformation (T), Welstancaung (W), Owner (O)</i> dan <i>Environment (E)</i>	Kondisi masyarakat pesisir dan nelayan di lokasi penelitian belum terbebas dari persoalan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil menengah meliputi, akses terhadap aset dan sumber-sumber modal terbatas, kebutuhan akan penguatan kelembagaan kelompok untuk pengembangan kapasitas pengelolaan sumberdaya pesisir dan laut. Peran penting komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan masyarakat pesisir adalah menjembatani kesenjangan yang terjadi antara kondisi masyarakat saat ini dengan kondisi yang ingin dicapai melalui proses-proses komunikasi yang partisipatif, dialogis, dan memotivasi

4	Happy Febriana (2017)	Hubungan partisipatif masyarakat dengan Keberlanjutan Ekologi, Sosial-Budaya, dan Ekonomi dalam Ekowisata Desa Adat (Kasus Desa Adat Wisata Kemiren, Kecamatan Glagah, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur)	Penelitian kuantitatif didukung oleh data kualitatif dengan instrumen kuesioner dan panduan wawancara mendalam	Tingkat partisipasi masyarakat memiliki hubungan sedang dan signifikan terhadap tingkat keberlanjutan ekologi. Tingkat partisipasi masyarakat memiliki hubungan sedang dan signifikan terhadap tingkat keberlanjutan sosial-budaya. Kemudian, tingkat partisipasi masyarakat memiliki hubungan sedang dan signifikan terhadap tingkat keberlanjutan ekonomi
5	Okaka, (2011)	Developing effective communication strategy to enhance woman empowerment to achieve the MDGs for sustainable development in Africa	Pendekatan kuantitatif menggunakan metode kuesioner	Komunikasi yang efektif terbukti mampu meningkatkan pemberdayaan yang dilakukan pada perempuan di Afrika
6	Servaes dan Malikhao, (2018)	Participatory communication: The new paradigm?	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner	Komunikasi partisipatif yang semakin baik mampu meningkatkan pemberdayaan yang dilakukan di masyarakat
7	Yasir et al., (2017)	A Model of Communication to Empower Fisherman Community in Bengkalis Regency	Pendekatan kuantitatif menggunakan metode kuesioner	Komunikasi pembangunan yang baik terbukti mampu meningkatkan pemberdayaan yang dilakukan pada masyarakat nelayan di Bengkalis, Indonesia
8	Njuki et al., (2013)	Increasing the Productivity and Empowerment of Women Smallholder Farmers	Pendekatan kuantitatif menggunakan metode kuesioner	Produktivitas yang baik terbukti mampu meningkatkan pemberdayaan yang dilakukan pada petani perempuan di Afrika

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan paradigma positivistik, yang mengedepankan obyektivitas atau bebas nilai. Tidak terdapat intervensi penilaian peneliti terhadap fenomena yang ada. Penelitian

yang menggunakan paradigma positivistik merupakan penelitian kuantitatif yang menekankan pada data-data angka untuk diolah dengan metode-metode statistik. Dari berbagai penelitian di atas, belum terdapat penelitian yang membahas perihal efektivitas, komunikasi pembangunan dan komunikasi partisipatif terhadap pemberdayaan masyarakat, serta produktivitas sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat kajian tersebut dengan objek penelitian pada masyarakat lokal kampung pelangi di Kota Semarang.

1.7. Paradigma Penelitian

Paradigma diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti dan sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian. Selain itu, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis dan teknik analisis statistik yang akan digunakan. Penelitian kuantitatif menggunakan paradigma positivistik yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab- akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan ke beberapa variabel saja. (Sugiyono, 2008: 42).

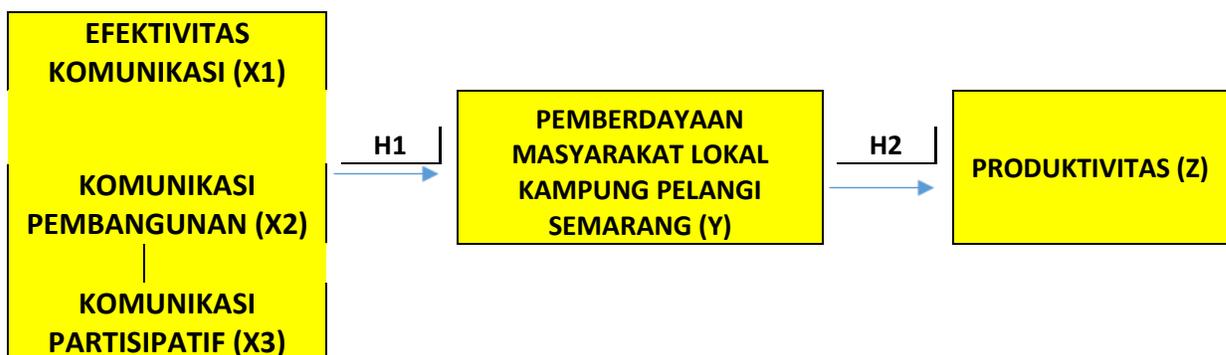
Berdasarkan kaidah epistemologi, peneliti dalam mencari kebenaran diharuskan menjaga jarak dengan objek penelitian atau objektivitas penelitiannya, dimana seorang peneliti harus mengesampingkan nilai dan moralitas individu dalam memandang objek penelitian, sehingga tidak dibenarkan

mencampuradukan penelitian dengan subjektivitas pendapat dari peneliti, dan dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner guna menjaga objektivitas penelitian.

Secara metodologi, metode penelitian yang digunakan dalam paradigma positivistik tersebut bersifat eksperimental atau merupakan pengujian hipotesis dengan metode utama yang digunakan adalah kuantitatif (Guba dan Lincoln dalam Denzin dan Lincoln, 2005 : 108-109).

1.8. Kerangka Teori

Dari semua yang telah diuraikan di atas, berikut kerangka pemikiran teoritis sebagai alur atau arah penulisan tesis yang hendak disampaikan dalam penelitian ini. Model kerangka pemikiran teoritis itu adalah sebagaimana tersaji dalam skema geometris pada Gambar 2.1 berikut ini. **Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis**



1.9. Hipotesis

Dalam suatu penelitian dibutuhkan adanya hipotesis, karena hipotesis merupakan dugaan sementara yang perlu dibuktikan dalam penelitian. Menurut Hadi (2003:62) bahwa hipotesis merupakan dugaan yang mungkin benar mungkin salah, ia akan ditolak jika salah satu palsu dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkannya, penolakan dan penerimaan hipotesis tergantung dari penyelidikan terhadap faktor-faktor yang dikumpulkan (Hadi, 2003:63). Berdasarkan kerangka teori dan variabel penelitian sebagaimana telah diuraikan, maka hipotesis yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Efektivitas komunikasi, komunikasi pembangunan, komunikasi partisipatif berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat lokal di Kampung Pelangi Semarang.

H₂ : Pemberdayaan masyarakat lokal Kampung Pelangi berpengaruh terhadap Produktivitas Komunikasi

1.10. Definisi Konseptual

1.10.1. Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi yang berarti dan secara terus menerus, baik dilakukan secara formal maupun informal antara organisasi dan masyarakat, serta dilakukan dengan empati (Morgan dan Hunt dalam Sharma dan Patterson, 1999). Indikator komunikasi efektif adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi harus mudah dimengerti
2. Komunikasi harus lengkap
3. Komunikasi harus tepat waktu dan sasaran
4. Komunikasi perlu landasan saling percaya
5. Komunikasi perlu memperhatikan situasi dan kondisi
6. Komunikasi perlu menghindari kata-kata yang kurang enak

1.10.2. Produktivitas

Produktivitas adalah sikap mental (*attitude of mind*) yang mempunyai semangat untuk bekerja keras dan ingin memiliki kebiasaan untuk melakukan perbaikan” (Manullang K. dan Andreas G. Munthe, 1993 :1). Indikator produktivitas adalah sebagai berikut:

1. Membuka kesempatan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat
2. Perbaikan keadaan kerja dan mutu hidup termasuk jam kerja
3. Menunjang hubungan kerja lebih baik

1.10.3. Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara serta teknik penyampaian gagasan dan ketrampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan diwujudkan pada masyarakat yang menjadi sasaran dapat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam pembangunan (Dilla, 2007:115). Indikator komunikasi pembangunan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan aspirasi terhadap anggota masyarakat.
2. Menunjukkan teknik-teknik atau alternatif yang dapat dilakukan.

3. Menerangkan tentang alternatif yang dirasakan paling tepat oleh masyarakatnya untuk melepaskan diri dari masalah-masalah yang dihadapi

1.10.3. Komunikasi Partisipatif

Komunikasi partisipatif adalah suatu proses komunikasi dimana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis, sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Indikator komunikasi partisipatif adalah sebagai berikut:

1. Heteroglesia
2. Dialog
3. Poliponi
4. Karnaval

1.10.4. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya. Indikator komunikasi partisipatif adalah sebagai berikut:

1. Mengkoordinasikan upaya penyelenggaraan ketentraman dan ketertiban umum.
2. Mengkoordinasikan penerapan dan penegakkan peraturan perundang-undangan

3. Mengkoordinasikan pemeliharaan prasarana dan fasilitas pelayanan umum
4. Membina penyelenggaraan pemerintahan desa/kelurahan
5. Melaksanakan pelayanan masyarakat yang menjadi ruang lingkup tugasnya dan atau belum dapat dilaksanakan pemerintahan desa/kelurahan

1.11. Definisi Operasional

Definisi operasional untuk masing-masing variabel yang diteliti seperti tabel berikut :

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Efektivitas komunikasi (X1)	Proses penyampaian informasi yang berarti dan secara terus menerus, baik dilakukan secara formal maupun informal antara organisasi dan masyarakat, serta dilakukan dengan empati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi harus mudah dimengerti 2. Komunikasi harus lengkap 3. Komunikasi harus tepat waktu dan sasaran 4. Komunikasi perlu landasan saling percaya 5. Komunikasi perlu memperhatikan situasi dan kondisi 6. Komunikasi perlu menghindari kata-kata yang kurang enak 	Skala Interval 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Kecenderungan setuju lebih kecil 4 = Kecenderungan setuju kecil 5 = Kecenderungan setuju 6 = Keyakinan setuju tidak terlalu besar 7 = Kecenderungan setuju besar 8 = Kecenderungan setuju sangat besar 9 = Setuju 10 = Sangat setuju EFEKTIF – TIDAK EFEKTIF

Komunikasi Pembangunan (X2)	segala upaya dan cara serta teknik penyampaian gagasan dan ketrampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan diwujudkan pada masyarakat yang menjadi sasaran dapat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam pembangunan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan aspirasi terhadap anggota masyarakat. 2. Menunjukkan teknik-teknik atau alternatif yang dapat dilakukan. 3. Menerangkan tentang alternatif yang dirasakan paling tepat oleh masyarakatnya untuk melepaskan diri dari masalah-masalah yang dihadapi 	Skala Interval 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Kecenderungan setuju lebih kecil 4 = Kecenderungan setuju kecil 5 = Kecenderungan setuju 6 = Keyakinan setuju tidak terlalu besar 7 = Kecenderungan setuju besar 8 = Kecenderungan setuju sangat besar 9 = Setuju 10 = Sangat setuju KOMUNIKATIF-TIDAK KOMUNIKATIF
Komunikasi Partisipatif (X3)	suatu proses komunikasi dimana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis, sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Heteroglesia 2. Dialog 3. Poliponi 4. Karnaval 	Skala Interval 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Kecenderungan setuju lebih kecil 4 = Kecenderungan setuju kecil 5 = Kecenderungan setuju 6 = Keyakinan setuju tidak terlalu besar 7 = Kecenderungan setuju besar 8 = Kecenderungan setuju sangat besar 9 = Setuju 10 = Sangat setuju PARTISIPATIF – TIDAK PARTISIPATIF

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Pemberdayaan Masyarakat Lokal (Y)	upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkoordinasikan upaya penyelenggaraan ketentraman dan ketertiban umum. 2. Mengkoordinasikan penerapan dan penegakan peraturan perundang-undangan 3. Mengkoordinasikan pemeliharaan prasarana dan fasilitas pelayanan umum 4. Membina penyelenggaraan pemerintahan desa/kelurahan 5. Melaksanakan pelayanan masyarakat yang menjadi ruang lingkup tugasnya dan atau belum dapat dilaksanakan pemerintahan desa/kelurahan. 	<p>Skala Interval</p> <p>1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Kecenderungan setuju lebih kecil 4 = Kecenderungan setuju kecil 5 = Kecenderungan setuju 6 = Keyakinan setuju tidak terlalu besar 7 = Kecenderungan setuju besar 8 = Kecenderungan setuju sangat besar 9 = Setuju 10 = Sangat setuju</p> <p>MEMBERDAYAKAN – TIDAK MEMBERDAYAKAN</p>
Produktivitas (Z)	Sikap mental (<i>attitude of mind</i>) yang mempunyai semangat untuk bekerja keras dan ingin memiliki kebiasaan untuk melakukan perbaikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka kesempatan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat 2. Perbaiki keadaan kerja dan mutu hidup termasuk jam kerja 3. Menunjang hubungan kerja lebih baik 	<p>Skala Interval</p> <p>1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Kecenderungan setuju lebih kecil 4 = Kecenderungan setuju kecil 5 = Kecenderungan setuju 6 = Keyakinan setuju tidak terlalu besar 7 = Kecenderungan setuju besar 8 = Kecenderungan setuju sangat besar 9 = Setuju 10 = Sangat setuju</p> <p>PRODUKTIVITAS – TIDAK PRODUKTIF</p>

1.12. Metode Penelitian

1.12.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan dua atau lebih variabel yang diteliti. Metode yang digunakan adalah survei dengan alat bantu menggunakan wawancara kuesioner. Pendekatan yang digunakan adalah belah lintang (*crosssectional*), di mana variabel sebab dan akibat diteliti dan diukur dalam waktu yang bersamaan (Ferdinand, 2018).

1.12.2. Populasi dan Sampel

1.12.2.1. Populasi

Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standar-standar tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper dan Emory, 2015). Populasi untuk obyek penelitian ini adalah kepala keluarga di kampung pelangi semarang.

1.12.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi dimana diambil untuk diteliti yang karakteristiknya sesuai dengan keperluan peneliti (Mas'ud, 2004). Untuk menentukan besarnya sampel menurut Suharsimi Arikunto (2010:112) apabila subjek kurang dari 100 orang maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi

penelitian berjumlah lebih dari 100 orang maka sampel dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

1.12.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sample dilakukan dengan *proportional random sampling*, *proportional random sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan proporsi (Mas'ud, 2004).

1.12.4. Jenis dan Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta (Riduwan, 2009). Data-data yang akan dipakai dalam penelitian ini berjenis data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata. Data ini biasanya didapat dari wawancara dan bersifat subyektif sebab data tersebut ditafsirkan lain oleh orang yang berbeda. Data kualitatif dapat dirubah dalam bentuk ordinal dan ranking. Data kuantitatif yaitu data yang berwujud angka-angka yang diperoleh dari pengukuran langsung maupun dari angka-angka yang diperoleh dengan mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif. Data kuantitatif bersifat objektif dan bisa ditafsirkan oleh semua orang (Ridwan, 2009).

Sumber data yang akan diproses dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui teknik wawancara yang dibantu

dengan kuesioner dan observasi/pengamatan secara langsung. Data sekunder diperoleh melalui pengumpulan data dan informasi yang berasal dari instansi-instansi terkait serta berbagai literatur yang dapat memperkuat hasil penelitian. Data sekunder meliputi kondisi lingkungan penelitian, geografis, demografi serta sosial ekonomi masyarakat (monografi daerah) serta hasil dari kegiatan pemberdayaan masyarakat lokal di Kampung Pelangi Semarang.

1.12.5. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala yang digunakan skala interval adalah data hasil mengukur suatu variabel. Data diasumsikan berbentuk bilangan kontinu mempunyai ukuran urutan, seperti dengan data ordinal. Pada skala interval tidak memiliki nol mutlak, artinya jika suatu responden variabelnya bernilai nol bukan berarti tidak memiliki substansi sama sekali. (Sukestiyanto, 2016 : 3)

1.12.6. Teknik Pengumpulan

1.12.6.1. Alat Pengumpulan Data

Alat yang digunakan dalam penelitian kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden terkait hal-hal yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara responden mengisi sendiri kuesioner yang telah dibagikan.

1.12.6.2. Pengujian Kuesioner

Kuesioner yang telah siap akan diujikan pada beberapa responden sebanyak 30 responden untuk uji coba seberapa pantas dan valid kuesioner tersebut.

1.12.6.3. Pengumpulan Data

Data kemudian dikumpulkan, kuesioner yang telah diuji dan hasil ujinya baik dibagikan kepada 100 responden (penduduk kampung pelangi).

1.12.6.4. Pengolahan Data

Data yang sudah terkumpul akan diolah melalui langkah-langkah berikut ini :

1.12.6.5. Editing

Kegiatan memeriksa daftar pertanyaan yang telah diserahkan oleh para pengumpul data. Tujuan editing adalah mengurangi kesalahan yang ada di dalam daftar pertanyaan yang ada dalam daftar pertanyaan yang sudah diselesaikan sampai sejauh mungkin (Narbuko dan Achmadi, 2005: 153).

1.12.6.6. Input data

Data yang sudah dikumpulkan lalu diinput ke excel dan dijadikan data induk untuk perhitungan.

1.12.6.7. Pengecekan Missing Value

Data yang telah diinput kemudian dicek apakah ada yang eror atau tidak pada hasil kuesioner tersebut.

1.12.7. Uji Reliabilitas dan Validitas

Ghozali (2011) menyatakan bahwa Uji reliabilitas dan validitas merupakan bagian dari uji kuesioner, kedua uji ini akan dilakukan ketika tabulasi data sudah terkumpul. Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Kehandalan berkaitan dengan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur, apabila dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dari jawaban atau pertanyaan jika pengamatan dilakukan secara berulang.

Apabila suatu alat ukur ketika digunakan secara berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal dan *reliable*. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item/pertanyaan yang akan dipergunakan pada penelitian ini akan menggunakan formula *cronbach alpha* (koefisien *alfa cronbach*), dimana secara umum yang dianggap *reliable* apabila nilai alfa cronbachnya $> 0,6$.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur *construct* yang akan diukur. Pengujian homogenitas dilakukan untuk menguji analisis validitas tersebut. Untuk pertanyaan yang digunakan untuk mengukur suatu variabel, skor masing-masing item dikorelasikan dengan total skor item dalam satu variabel. Jika skor item tersebut berkorelasi positif dengan total skor item dan lebih tinggi dari interkorelasi antar item, maka menunjukkan kevalidan dari instrumen tersebut. Korelasi ini dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *Product Moment*

Pearson. Suatu alat ukur dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel pada derajat bebas (df) = $N-2$ melalui perhitungan korelasi bivariate (Ghozali, 2011). Dengan menggunakan program SPSS kita dapat mengetahui dengan melihat *output* pada *corrected item total correlation*.

1.12.8. Teknik Analisis Data

a. Korelasi Pearson

Uji Pearson Product Moment adalah salah satu dari beberapa jenis uji korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat keeratan hubungan 2 variabel yang berskala interval atau rasio, di mana dengan uji ini akan mengembalikan nilai koefisien korelasi yang nilainya berkisar antara -1, 0 dan 1. Nilai -1 artinya terdapat korelasi negatif yang sempurna, 0 artinya tidak ada korelasi dan nilai 1 berarti ada korelasi positif yang sempurna. Rentang dari koefisien korelasi yang berkisar antara -1, 0 dan 1 tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila semakin mendekati nilai 1 atau -1 maka hubungan makin erat, sedangkan jika semakin mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Korelasi Pearson adalah suatu bentuk rumus yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas atau independent variable dan variabel terikat atau dependent variable

Rumus Pearson :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

Rxy : koefisien korelasi r pearson

N : jumlah sampel/observasi

X : variabel bebas/variabel pertama

Y : variabel terikat/variabel kedua.

Koefisien Korelasi Pearson Product Moment

Berikut Tabel klasifikasi nilai koefisien korelasi r pearson:

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Berdasarkan tabel di atas, dapat kami jelaskan tentang nilai koefisien korelasi uji pearson product moment dan makna keeratannya dalam sebuah analisis statistik atau analisis data. Berikut penjelasannya:

1. Nilai koefisien 0 = Tidak ada hubungan sama sekali (jarang terjadi),
2. Nilai koefisien 1 = Hubungan sempurna (jarang terjadi),
3. Nilai koefisien > 0 sd $< 0,2$ = Hubungan sangat rendah atau sangat lemah,
4. Nilai koefisien $0,2$ sd $< 0,4$ = Hubungan rendah atau lemah,
5. Nilai koefisien $0,4$ sd $< 0,6$ = Hubungan cukup besar atau cukup kuat,
6. Nilai koefisien $0,6$ sd $< 0,8$ = Hubungan besar atau kuat,
7. Nilai koefisien $0,8$ sd < 1 = Hubungan sangat besar atau sangat kuat.
8. Nilai negatif berarti menentukan arah hubungan, misal: koefisien korelasi antara penghasilan dan berat badan bernilai $-0,5$. Artinya semakin tinggi nilai penghasilan seseorang maka semakin rendah berat badannya dengan besarnya keeratan hubungan sebesar $0,5$ atau cukup kuat (*lihat tabel di atas*).

b. Analisis Regresi Berganda

Setiap penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasinya yang bertujuan menjawab pertanyaan peneliti untuk mengulas fenomena tertentu dan untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Secara umum analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebuah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dan variabel independen serta bertujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Teknik analisis regresi berganda digunakan karena dapat menyimpulkan secara langsung variabel dependen dan variabel independen yang digunakan secara parsial maupun secara bersama-sama.

Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program IBM SPSS 20. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengujian asumsi klasik, analisis statistik deskriptif, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing pengujian tersebut.

1.12.9. Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa multikolinieritas dan heterokedastisitas tidak terdapat dalam penelitian ini atau data yang dihasilkan terdistribusi normal. Ada tiga pengujian dalam uji asumsi klasik, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independent, variabel kontrol dan variabel dependen terdistribusikan secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik. Test statistic yang digunakan antara lain analisis grafik histogram, normal probability plots dan Kolmogorof-Smirnof (Ghozali,2004).

Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal serta melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal yang membentuk garis diagonal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau histogram residualnya. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2004)

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut sebagai homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas yaitu variabel pengganggu (e_i) yang memiliki variabel yang berbeda dari satu observasi ke observasi lainnya atau varian antar varian independen tidak sama. Hal ini melanggar asumsi homoskedastisitas yaitu variabel penjelas memiliki varian yang sama (konstan). Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda adalah dengan melihat grafik *scatterplot* atau nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Jika tidak ada pola tertentu dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

1.12.10. Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda (*multiple linier regression method*) digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari satu variabel terikat (dependen) dan lebih dari satu variabel bebas (independen). Tujuan analisis ini adalah melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan

pengaruh variabel independen. Dalam pengujian ini akan dilakukan pengujian dengan model sebagai berikut: pengaruh variabel independen (efektivitas komunikasi, produktivitas, komunikasi pembangunan dan komunikasi partisipatif) terhadap variabel dependen (pemberdayaan masyarakat lokal).

Rumus persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Ket:

Y	= pemberdayaan masyarakat lokal
a	= konstanta
b ₁ – b ₄	= koefisien regresi dari masing-masing variabel
X ₁	= efektivitas komunikasi
X ₂	= produktivitas
X ₃	= komunikasi pembangunan
X ₄	= komunikasi partisipatif
e _i	= Kesalahan residual (<i>error</i>)

1.12.11. Uji F (Uji Serempak)

Uji statistik F dilakukan untuk menguji kemampuan seluruh variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Ketentuan menganalisa adalah sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian digunakan uji F, yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat. Apabila dari hasil perhitungan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi dapat menerangkan variabel terikat secara serentak. Sebaliknya, jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka H_0 diterima, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linier berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya.

1.12.12. Uji T (Uji Parsial)

Selain uji F, untuk mencari tingkat signifikansi dari masing-masing variabel bebas akan digunakan uji t, yaitu untuk menguji kemaknaan koefisien parsial. Apabila *t hitung* lebih besar dari *t tabel* maka dikatakan signifikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat yang ada dalam model. Sebaliknya apabila *thitung* lebih kecil dari *ttabel* maka dapat dikatakan tidak signifikan, dengan demikian variabel bebas yang ada dalam penelitian tidak dapat menjelaskan variabel terikatnya atau dengan kata lain tidak ada pengaruh diantara dua variabel yang diuji. Setelah melakukan pengujian secara simultan, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen dengan uji statistik t. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Ketentuan menganalisa adalah sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ berarti bahwa secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ dan hasil t-hitung bernilai positif berarti bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1.12.13. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Selain melakukan pembuktian dengan uji F dan uji t, perlu juga dicari besarnya koefisien determinasi (r^2) parsialnya untuk masing-masing variabel bebas. Menghitung r^2 digunakan untuk mengetahui sejauh mana sumbangan dari masing-masing variabel bebas, dengan asumsi variabel lainnya konstan, terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai r^2 maka semakin besar variasi sumbangannya terhadap variabel terikat. Pada model regresi linier berganda ini akan dianalisis pula besarnya koefisien determinasi (R^2) keseluruhan. Menghitung R^2 digunakan untuk mengukur ketepatan yang paling baik dari analisis regresi linier berganda. Jika R^2 yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel-variabel bebas menerangkan variabel terikat.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol, semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen (X) terhadap nilai variabel dependen (dengan kata lain semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen). Jika koefisien determinasi mendekati satu, maka sebaliknya. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *adjusted R Square* bukan *R Square* dari model regresi karena *R Square* bias terhadap jumlah variabel dependen

yang dimasukkan ke dalam model, sedangkan *adjusted R Square* dapat naik turun jika suatu variabel independen ditambahkan ndalam model (Ghozali, 2004).

1.12.14. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam meneliti bagaimana pengaruh efektivitas, produktivitas komunikasi pembangunan dan komunikasi partisipatif terhadap pemberdayaan masyarakat lokal dan keberlanjutan ekowisata kampung pelangi Semarang, kedepannya dapat meneliti juga dengan menambahkan variabel-variabel lain seperti kepuasan komunikasi yang selama ini tumpang tindih dan berfokus pada masyarakat tetapi juga kawasan lain agar apa yang diteliti benar-benar mengetahui secara keseluruhan dan mendalam.