

### **Strategi Komunikasi Pejabat Desa dengan Masyarakat dalam Upaya Pembangunan Badan Usaha Milik Desa di Pematang Johar**

Irma Yusriani Simamora, Noviyanthi Adityaa, Nuraina Nabila, Rahma Sonia Marpaung, Rindy Winanti, dan Rita Damayanti Silitonga.  
Email : ransrita8701@gmail.com

#### **Abstrak :**

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah maka hasil yg diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga. Konsep strategi komunikasi disini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan perencanaan strategik tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang. Dalam penelitian ini akan menjelaskan bagaimana pejabat desa melakukan komunikasi kepada masyarakat untuk membuat Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dengan tujuan untuk meningkatkan SDM dan kesejahteraan hidup masyarakat. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan wawancara. Sumber informasi atau informan penelitian ini adalah bapak Sudarman, S.Pd selaku kepala desa Pematang Johar.

Kata kunci: Komunikasi, Pejabat Desa, Masyarakat

#### **Pendahuluan**

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 114 Tahun 2014, tentang Pedoman Pembangunan Desa, disebutkan bahwa perencanaan pembangunan desa adalah proses tahapan kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah Desa dengan melibatkan Badan Permusyawaratan Desa dan unsur masyarakat secara partisipatif guna pemanfaatan dan pengalokasian sumber daya desa alam rangka mencapai tujuan pembangunan desa.

Dalam upaya peningkatan taraf ekonomi, suatu Negara dituntut untuk mampu meningkatkan sumber daya manusianya. Berbagai upaya yang dilakukan untuk meningkatkan sumber daya manusia dari lingkup desa, kabupaten dan kota. Hal ini menjadi tanggungjawab setiap pemimpin daerah dalam upaya peningkatan sumber daya manusia yang akan menaikkan taraf ekonomi daerah. Kebijakan pembangunan nasional dengan berpegang pada Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah membawa perubahan strategik pada kualitas SDM yang diperlukan setiap daerah untuk dapat bersaing secara positif dengan daerah lain di Indonesia. Berbagai upaya perlu dilakukan untuk mewujudkan kualitas SDM.

SDM lebih bernilai jika memiliki sikap, perilaku, wawasan, kemampuan, keahlian serta keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan berbagai bidang dan sektor. Penjabat desa harus teliti dan paham terhadap perilaku, wawasan, kemampuan, keahlian serta keterampilan masyarakat yang ada di desa tersebut agar mampu membangun strategi pembangunan dengan memanfaatkan SDM yang ada. Strategi komunikasi yang dilakukan untuk peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa dimulai sejak peletakan dasar kemampuan analisis masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan sehingga mereka mampu mengenali permasalahan dan potensi desa, serta manfaat dari pembangunan yang akan dilakukan. Masyarakat juga dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan desa,

berdasarkan kemampuan masyarakat tersebut. Bila hal ini dilakukan maka pembangunan desa akan tercapai dengan efektif dan efisien.

Karena hal tersebut, diperlukan perencanaan komunikasi untuk menjelaskan bagaimana cara menyebarluaskan pesan yang tepat dari pejabat desa kepada masyarakat yang tepat, melalui saluran yang tepat, dan waktu yang tepat pula. Strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Untuk mencapai hasil yang tepat dalam melaksanakan program pembangunan, diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat. Penetapan strategi diawali dengan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, menyusun pesan, memilih media dan saluran komunikasi, efek komunikasi. Perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai.

## **Landasan Teori :**

### **A. Komunikasi Pembangunan**

Menurut Peterson (2000), komunikasi pembangunan adalah usaha yang terorganisir untuk menggunakan proses komunikasi dan media dalam meningkatkan taraf sosial dan ekonomi, yang secara umum berlangsung dalam negara sedang berkembang. Sejalan dengan Peterson, menurut Quebral, melihat komunikasi dalam pembangunan merupakan suatu tindakan yang bersifat pragmatis sehingga dia merumuskan “Komunikasi Pembangunan adalah komunikasi yang dilakukan untuk melaksanakan rencana pembangunan suatu Negara. Berdasarkan pandangan dan kenyataan yang berkembang, menurut beberapa ahli konsep umum komunikasi pembangunan dapat dirangkum menjadi dua perspektif pengertian yaitu pengertian dalam arti luas dan pengertian dalam arti sempit.

Komunikasi pembangunan dalam arti luas meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran peran secara timbal-balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan; terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, kemudian pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan. Sedangkan dalam arti sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Komunikasi pembangunan akan lebih berhasil mencapai sasarnya, serta dapat menghindarkan kemungkinan-kemungkinan efek yang tidak diinginkan, tentunya harus dipertimbangkan dengan baik. Komunikasi pembangunan bertujuan agar masyarakat dapat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang telah disampaikan.

Kehadiran komunikasi pembangunan dipandang sebagai suatu perwujudan respons dari kalangan disiplin komunikasi untuk menjawab tantangan dan tuntunan pembangunan. Respons tersebut sama dengan tumbuhnya kontribusi dari berbagai disiplin ilmu yang lain, yang juga mengkhususkan diri bagi pelaksanaan pembangunan, seperti ekonomi pembangunan, administrasi pembangunan, sosiologi pembangunan, dan lain sebagainya.

Pembangunan pada dasarnya melibatkan minimal tiga komponen yaitu pertama komunikator pembangunan, yakni pemerintah atau masyarakat yang bertujuan membangun.

Kedua pesan pembangunan, yakni ide-ide atau pesan pembangunan. Ketiga komunikasi pembangunan, yakni masyarakat secara luas.

## B. Strategi Komunikasi

### a. Definisi Strategi Komunikasi

Menurut Ahmad S. Adnan Putra mengatakan strategi adalah bagian dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari fungsi manajemen. Maka strategi itu pada hakikatnya adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya. Sedangkan menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Sejalan dengan pendapat tersebut Hasron Usman dan Moh. Misdar menyatakan bahwa strategi adalah upaya mencari cara atau langkah yang pas dalam melakukan sesuatu. Sedangkan menurut Brown, strategi merupakan keseluruhan tindakan yang ditetapkan sebagai aturan dan direncanakan oleh suatu organisasi. Menurut Onong Uchjana Effendy yang dikutip Jalaluddin strategi merupakan suatu perencanaan (planning), dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan strategi yang tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk satu arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Sedangkan, menurut *Bussinesdictionary* strategi merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah. Sejalan dengan itu Siagian juga menyatakan Strategi merupakan serangkaian tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Dari beberapa pendapat diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah cara yang telah direncanakan dengan baik oleh individu atau kelompok guna mencapai tujuan dari apa yang telah ditentukan. Dengan adanya strategi, rencana akan berjalan dengan tersistem dan tersusun dengan baik. Selain itu, dengan mempunyai strategi maka baik kemungkinan-kemungkinan lain dapat dideteksi lebih awal.

### b. Strategi Komunikasi Pembangunan

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang dihadapi terjal dan berliku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah. Pemilihan strategi komunikasi merupakan hal utama dan penting dalam perencanaan pembangunan. Setiap strategi yang berbeda memerlukan penekanan yang berbeda dalam proses utamanya, dan pendekatannya bisa berbeda bergantung pada situasi dan kondisi. Fungsi komunikasi pada konteks ini dianggap sebagai mekanisme untuk mendapatkan dukungan dan partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan rencana pembangunan. Karena itu pemerintah senantiasa perlu memperhatikan strategi apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan sehingga efeknya sesuai dengan yang diharapkan.

### c. Komunikasi Publik

Publik (Public Communication) adalah salah satu jenis atau bentuk komunikasi dari segi jumlah atau banyaknya komunikan (audiens) selain komunikasi intrapribadi (intrapersonal communication), komunikasi antarpribadi (interpersonal communication), komunikasi kelompok (group communication), dan komunikasi massa (mass communication). Komunikasi Publik dikenal dengan banyak nama atau istilah, seperti urusan publik (public affairs), informasi publik (public information), dan hubungan publik (public relation) atau humas (hubungan masyarakat). Karena jumlahnya audiens yang banyak, komunikasi publik juga sering diidentikkan dengan komunikasi massa, padahal keduanya berbeda dari segi saluran (channel). Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (communicating with media).

Komunikasi Publik dapat didefinisikan sebagai komunikasi strategis untuk menyampaikan ide, program, meskipun, presentasi, data, propaganda, dll, kepada massa, publik, mahasiswa, atau khalayak khusus. Di setiap negara, komunikasi publik memegang tempat penting dalam berbagi pandangan dan pesan kepada khalayak. Misalnya, motivator atau pembicara publik menggunakan jenis komunikasi ini untuk menjangkau publik.

Publik juga kadang didefinisikan sebagai masyarakat suatu bangsa yang tidak berafiliasi dengan pemerintahan bangsa tersebut. Kebijakan publik adalah kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah sebagai pembuat kebijakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu di masyarakat di mana dalam penyusunannya melalui berbagai tahapan. Tahap-tahap kebijakan publik adalah sebagai berikut: identifikasi permasalahan, menata agenda formulasi kebijakan publik, perumusan proposal kebijakan, legitimasi kebijakan, implementasi kebijakan, evaluasi kebijakan.

## Hasil Penelitian :

### A. Sekilas Tentang Badan Usaha Milik Desa Pematang Johar (Wisata Sawah)

Menurut Rogers pembangunan adalah suatu proses perubahan sosial dengan partisipatoria (melakukan pendekatan melalui pendidikan nonformal seperti pelatihan) yang luas dalam masyarakat yang dimaksudkan untuk kemajuan sosial dan material untuk mayoritas rakyat melalui kontrol yang lebih besar yang mereka peroleh terhadap lingkungan mereka.<sup>1</sup>

Menurut Inayatullah, pembangunan adalah perubahan menuju pola-pola masyarakat yang memungkinkan realisasi yang lebih baik dari nilai-nilai kemanusiaan yang memungkinkan suatu masyarakat mempunyai kontrol yang lebih besar terhadap lingkungan dan terhadap tujuan politiknya, dan yang memungkinkan pada warganya memperoleh kontrol yang lebih terhadap diri mereka sendiri. Shoemaker memberikan pengertian pembangunan merupakan suatu jenis perubahan sosial dimana ide-ide baru diperkenalkan kepada suatu sistem sosial untuk menghasilkan pendapatan perkapita dan tingkat kehidupan yang lebih tinggi melalui metode produksi yang lebih modernisasi pada tingkat sistem sosial.<sup>2</sup>

Badan usaha milik desa (BUMDES) yang bertepatan di desa Pematang Johar, Deli Serdang, Sumatera Utara yaitu wisata sawah yang didirikan pada tahun 2019. Awal mula pencetusan ide dari pembangunan wisata sawah ini adalah dilihat dari potensi yang dimiliki

---

<sup>1</sup> Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan: Pengenala Teori Dan Penerapannya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal 28.

<sup>2</sup> Ibid

oleh desa tersebut, yaitu sawah. Dengan potensi yang dimiliki muncul ide untuk membuat tempat wisata berupa restoran yang berkonsep sederhana yang menyediakan makanan-makanan atau cemilan lama yang bertema pedesaan dan menyediakan wahana yang menarik seperti tempat berfoto dan perpustakaan yang terletak di tengah sawah. Wisata sawah ini sendiri dibangun dengan tujuan untuk membangun suasana alam yang sudah cukup dirindukan oleh masyarakat perkotaan. Kepala desa juga menjelaskan bahwa awal mula wisata ini disebut sebagai wisata Edukasi, karena awal mulanya wisata tersebut dirikan juga sebagai edukasi kepada anak-anak untuk pembelajaran.

## B. Strategi Komunikasi Publik Pejabat Desa dengan Masyarakat di Desa Pematang Johar

Dalam studi komunikasi pembangunan, penyebaran ide-ide inovatif dan informasi bertujuan untuk menambah pengetahuan kepada masyarakat dalam rangka pengembangan objek wisata dan daerah sekitarnya yang berdampak pada kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat (Amanah, 2010).

Strategi komunikasi pembangunan merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 2003). Di dalam perencanaan dan manajemen komunikasi terdapat serangkaian konsep dan tindakan yang didesain dengan baik untuk mencapai tujuan tertentu yang menggunakan metode, teknik, dan pendekatan komunikasi (Totok dan Mahendrawati, 2009).

Melihat penjelasan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam proses pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, harus dengan menggunakan strategi komunikasi yang telah disusun dengan baik agar dapat melakukan pendekatan kepada masyarakat dan mampu menjalankan program yang sudah dirancang. Dalam hal ini, dari beberapa bentuk komunikasi yang ada maka dapat dikatakan bahwa strategi yang tepat adalah dengan menggunakan komunikasi publik.

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. Tipe komunikasi publik ini sebagai *monological* karena hanya seorang yang biasanya terlibat dalam mengirimkan pesan kepada publik. Tujuan umum dari komunikasi publik terutama sekali adalah untuk member informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi misalnya mengenai aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil produksi organisasi. Selain itu komunikasi publik juga bertujuan untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan masyarakat diluar organisasi.

Seorang komunikator dalam hal ini pejabat desa harus mampu merancang strategi komunikasi yang tepat kepada masyarakatnya agar bisa menyampaikan informasi dengan efektif dan efisien. Dalam proses pembangunan masyarakat adalah objek utama, masyarakat merupakan sekumpulan orang yang bertempat tinggal disuatu daerah atau desa. Masyarakat sebagai objek yang akan melakukan tindakan suatu perubahan yang dampaknya akan dirasakan masyarakat itu sendiri.

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah maka hasil yg diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga. Konsep strategi

komunikasi disini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan perencanaan strategik tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang.

Untuk mencapai hasil yang tepat dalam melaksanakan program pembangunan, diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat. Ada banyak model yang digunakan dalam studi perencanaan komunikasi, mulai dari mode sederhana sampai kepada model yang rumit. Namun, perlu diketahui bahwa penggunaan model dan tahapan pelaksanaannya tergantung pada sifat atau jenis pekerjaan yang akan dilakukan. Tidak ada model yang dapat digunakan secara universal, melainkan sesuai dengan kondisi dan realitas yang ada.

Pejabat desa Pematang Johar dapat dikatakan berhasil dalam melakukan strategi komunikasi pembangunan dengan menggunakan pendekatan komunikasi publik. Karena dalam pelaksanaan BUMDES yang berbentuk wisata sawah berhasil dibangun dan berjalan lancar hingga penelitian ini dibuat. Ada beberapa hal yang harus didiskusikan pejabat desa Pematang Johar kepada masyarakat sebelum membangun BUMDES wisata sawah ini.

Pertama, karena sawah yang digunakan sebagai objek wisata adalah sawah milik masyarakat, pihak pejabat desa terlebih dahulu mendiskusikan beberapa kali mengenai rencana pembangunan wisata sawah ini kepada pemilik-pemilik sawah. Dengan menggunakan komunikasi publik dan melancarkan beberapa strategi komunikasi pejabat desa Pematang Johar berhasil merayu masyarakat dengan hasil diskusi bahwa masyarakat menyambut ide tersebut dengan baik. Dengan pendekatan komunikasi publik pejabat desa menjelaskan bahwa wisata ini menguntungkan untuk kemajuan desa juga menguntungkan masyarakat, baik pemilik lahan maupun masyarakat sekitarnya.

Kedua, pejabat desa juga menyampaikan pembagian keuntungan dalam strategi pembangunan BUMDES ini. Dari segi keuntungan pemilik sawah mendapat keuntungan yang double, yaitu mendapat keuntungan dari penyewaan sawah milik mereka yang dijadikan sebagai titik objek wisata, yang disewa oleh pihak desa sebagaimana sistem penyewaan sawah pada umumnya, dan keuntungan lainnya dengan hasil panen yang tetap berjalan. Sedangkan masyarakat lain mendapat keuntungan dengan hasil dagangan mereka dari tempat wisata tersebut dan ada juga yang mendapat keuntungan dari tempat parkir yang disediakan oleh masyarakat.

Dengan melancarkan strategi komunikasi tersebut, pejabat desa berhasil meyakinkan masyarakat bahwa BUMDES akan berjalan dengan lancar. Hal ini terbukti benar dengan banyak pengunjung yang berwisata sekedar menikmati suasana pedesaan yang asri dengan harga masuk, makanan dan minuman yang murah. Setelah beberapa minggu BUMDES wisata sawah Pematang Johar ini berhasil dan banyak pengunjung wabah Covid-19 mewabah dan mengharuskan wisata ini ditutup sementara. Namun, setelah kebijakan wisata diperbolehkan BUMDES wisata sawah Pematang Johar bangkit kembali sehingga menstabilkan kembali keuntungan yang didapat.

Dengan keberhasilan ini bapak Sudarman, S.Pd selaku kepala desa juga menyampaikan beberapa rencananya untuk kembali membuat badan usaha milik desa (BUMDES) yang bergerak dibidang lain seperti, kampung batik, wisata ikan, kebun buah, dan ada beberapa perancangan lainnya. Beberapa BUMDES tersebut diharapkan dapat meningkatkan

kesejahteraan masyarakat yang memiliki potensi dibidangnya. Hal ini juga dilakukan agar warga desa lain juga mendapatkan kesetaraan kesejahteraan dengan potensi yang dimiliki.

**Daftar Pustaka :**

Anggraini, A. A. (2020). *Komunikasi Publik Sebagai Deliberative Public Policy*. Komunikasi Publik.

Hafied Cangara. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.

Nasution, B., & Rasyid, A. (2019). *Komunikasi Sosial Dan Pembangunan*. Pekanbaru: Taman Karya.

Rochayat Harun, and Elvinaro Ardianto. *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.

Roudhonah. (2007). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Perpusnas.

Rusian, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Komunikasi, 159-160.

Jurnal :

Ramadhani, Rizky Wulan dan Prihantoro, Edy *Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam Menerapkan Nawacita dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan*, Jurnal Komunikasi Pembangunan Vol.18 (02) 2020 | 117-129. <https://doi.org/10.46937/18202028913>

