

BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Kajian Pustaka

1. Model-Model Komunikasi

a. Pengertian Model Komunikasi

Model komunikasi merupakan gambaran sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Penyajian model dimaksudkan untuk mempermudah memahami proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam suatu komunikasi.⁸

Menurut Aubrey Fisher model juga bisa dikatakan gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori. Dengan kata lain model merupakan teori yang lebih disederhanakan, yang dikatakan Werner J. Severin dan James W. Tankard, model membantu merumuskan suatu teori dan menyarankan hubungan oleh karena hubungan antara model dengan teori itu begitu erat.

Jika model memiliki kaitan yang sangat erat dengan teori maka, Sehubungan dengan hal tersebut, Gardon Wiseman dan Larry Barker mengemukakan tiga fungsi model yaitu :

- 1) Melukiskan proses komunikasi
- 2) Menunjukkan hubungan visual

⁸ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995) hal 5

- 3) Membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

Sedangkan keuntungan dari pembuatan model menurut Raymond S. Ross adalah terbukanya problem abstraksi. Model bisa memberikan penglihatan yang lebih dekat, menyediakan kerangka tujuan, serta menyoroti problem abstraksi dan menyatakan suatu problem dalam bahasa simbolik bila terdapat peluang untuk menggunakan gambar atau simbol.⁹

Dalam memahami suatu komunikasi antar manusia, ada beberapa model yang perlu diketahui, yang dinyatakan dalam macam-macam model komunikasi. Sebagaimana berikut:

b. Macam-Macam Model Komunikasi

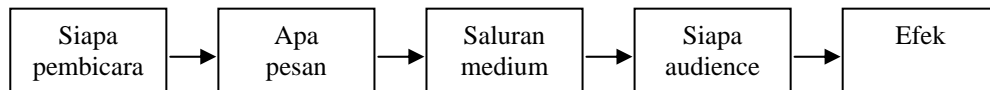
- 1) Model Lasswell

Salah satu model komunikasi yang paling tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, seorang ahli ilmu politik dari *yale university*. Dia menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi yaitu, *who* (siapa), *says what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (unsur pengaruh)

Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model Lasswell ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan *who* tersebut

⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, 2005) hal 121-122

adalah menunjuk kepada siapa yakni orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi suatu persatuan.



Gambar 2.1. Model Komunikasi Lasswell

Pertanyaan kedua dari model Lasswell adalah *says what* atau apa yang dikatakan, pertanyaan ini berhubungan dengan isi komunikasi atau pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut.

Pertanyaan ketiga adalah *to whom*, pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima dari komunikasi.

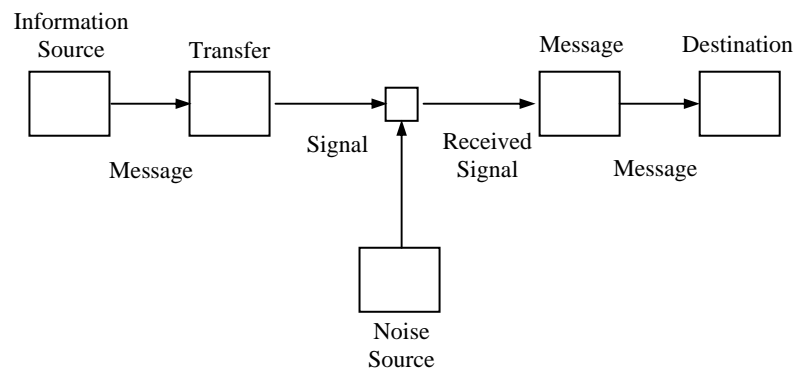
Pertanyaan keempat adalah *in which channel* atau melalui media apa, yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi seperti berbicara, gerakan badan, sentuhan, kontak mata, radio, televisi, surat, buku, gambar, yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud tertentu.

Pertanyaan terakhir dari model Lasswell ini adalah *what effect* atau apa efek dari komunikasi tersebut. Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat menanyakan dua hal yaitu apa yang ingin dicapai dan apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari

komunikasi.¹⁰

2) Model Shannon dan Weaver

Salah satu model awal komunikasi adalah model yang dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren dalam bukunya *mathematical theory of communication*. Model ini sering disebut model *mathematis*/model teori informasi, karena mempunyai pengaruh paling kuat atas dari model komunikasi lainnya. Model yang Dikemukakan Shannon sebagaimana berikut:



Gambar 2.3 Model Shannon dan Weaver

Model/gambar di atas menunjukkan penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatan. Diawali dengan pemancar (*transmitter*) yang mengubah pesan menjadi suatu sinyal, kemudian sinyal tersebut disalurkan atau diberikan pada penerima (*received*) dalam bentuk percakapan. yakni melakukan operasi yang sebaliknya dilakukan *transmitter* dengan merekonstruksikan pesan dari sinyal.

¹⁰ Makalah Adhy, *Model-Model Komunikasi*, (Yogyakarta: UPN. Yogya 2006)

Sasaran (destination) adalah otak yang menjadi tujuan pesan tersebut.

Suatu konsep penting dalam model Shannon dan Weaver adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini bisa berupa interferensi statis atau suatu panggilan telepon, musik yang sangat keras.¹¹

3) Model Westley dan MacLean

Model Westley dan MacLean merupakan model perluasan dari model Lasswell dan model Shannon and weaver, yaitu dengan menambahkan jumlah peristiwa, gagasan, dan objek yang tidak terbatas, tepatnya model ini tidak membatasi pada tingkat individu, bisa juga terjadi pada aktivitas suatu kelompok atau suatu lembaga sosial, karena menurut pendapat Westley setiap individu, kelompok atau sistem mempunyai kebutuhan untuk mengirim dan menerima pesan sebagai sarana orientasi terhadap lingkungan. Lebih singkatnya model ini merumuskan antara komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa.

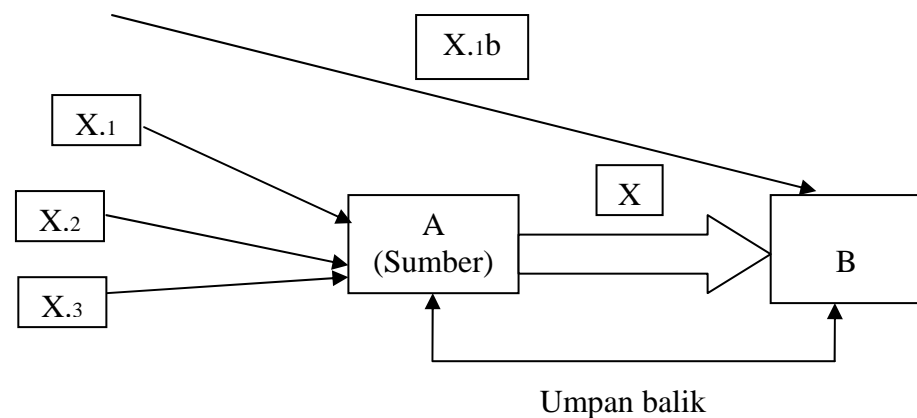
Konsep penting yang tercakup dalam model ini adalah memasukkan umpan balik. Perbedaan dalam umpan balik inilah yang membedakan antara komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa. Dalam komunikasi antar pribadi, umpan balik yang diterima

¹¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*,..... hal 137

bersifat segera, sedangkan umpan balik dalam komunikasi masa bersifat tunda, semisal calon presiden yang berdebat dalam rangka kampanye politik yang disiarkan televisi. Tidak dapat secara langsung bagaimana penerimaan pesannya oleh khalayak pemirsa umpan balik baru muncul dalam beberapa hari atau beberapa minggu kemudian.

Dalam model Westley dan Maclean ini terdapat 5 unsur, yaitu: objek, orientasi, pesan, sumber, penerima dan umpan balik. Sebagaimana gambar berikut:

Gambar 2.4 Model Westley and MacLean



Sumber (A) menyoroti suatu objek atau peristiwa tertentu dalam lingkungannya (X) dan menciptakan pesan mengenai hal itu yang ia kirimkan kepada penerima (B) pada gilirannya penerima mengirimkan umpan balik mengenai pesan kepada sumber.¹²

pemaparan model-model komunikasi di atas merupakan model komunikasi pada umumnya (model dasar), yang sering kali digunakan dalam setiap aktivitas komunikasi. Sesuai dengan judul

¹² Deddy Mulyana, *Ibid*, hal 145

penelitian yang membahas tentang "Model komunikasi dalam mensosialisasikan peraturan desa". Maka penulis melakukan penyesuaian dengan judul tersebut. Penekanannya pada kata/Istilah "mensosialisasikan" dalam komunikasi, sosialisasi bisa dikatakan sebagai penyebaran informasi. maka disini peneliti memaparkan beberapa model arus penyebaran komunikasi karena bersifatnya yang membawa informasi.

c. Model-model penyebaran arus komunikasi.

Sebenarnya komunikasi tidak hanya sekedar alat untuk menyampaikan pesan yang ditujukan pada sasaran, tetapi komunikasi juga berarti makna dan proses, yang diharapkan dimengerti oleh sasarannya. Ketika kita membicarakan komunikasi antar persona, pihak yang terlibat dalam proses komunikasi ini lebih terbatas. Jika dikaitkan dengan unsur-unsur komunikasi, paling tidak komunikasi itu hanya melibatkan komunikator, pesan, penerima, dan umpan balik. Akan tetapi, jika kita membicarakan komunikasi massa, maka banyak hal yang terkait, mulai dari komunikasi antarpersona pesan, gatekeeper dan jumlah audiens, penggunaan media massa dan saluran.

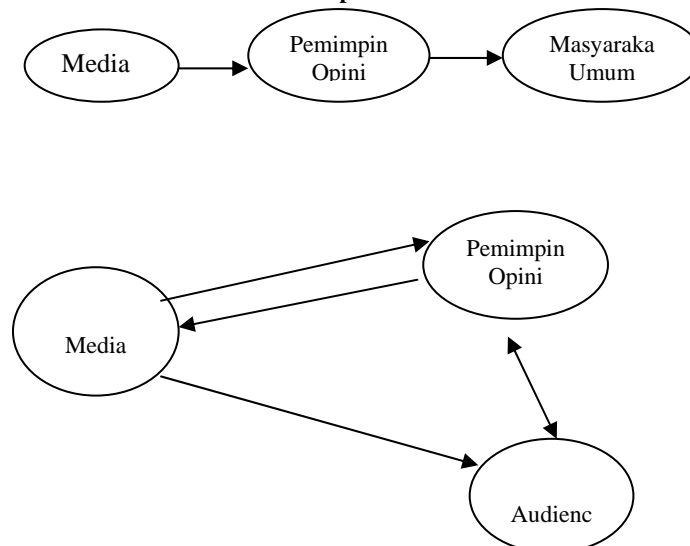
Komunikasi massa mempunyai model tersendiri dalam proses aliran pesan-pesannya, berbeda dengan bentuk komunikasi pada umumnya. Berikut adalah model-model arus komunikasi/komunikasi massa.

1) Model komunikasi dua tahap

Model komunikasi dua tahap ini merupakan penyempurnaan dari model komunikasi satu tahap. Dimana model satu tahap ini menyatakan bahwa media massa sangat kuat mempengaruhi benak audiens. Sementara audiens sendiri dianggap tidak mempunyai kekuatan untuk menghindar. Dalam artian pasif dari pesan-pesan media. Singkatnya mass media sebagai saluran komunikasi langsung berpengaruh pada audience, tanpa membutuhkan peranan para pemuka pendapat sebagai penyebar informasi.

Sebagai penyempurnaan dari model satu tahap. Maka model dua tahap ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.5 Model Komunikasi 2 Tahap



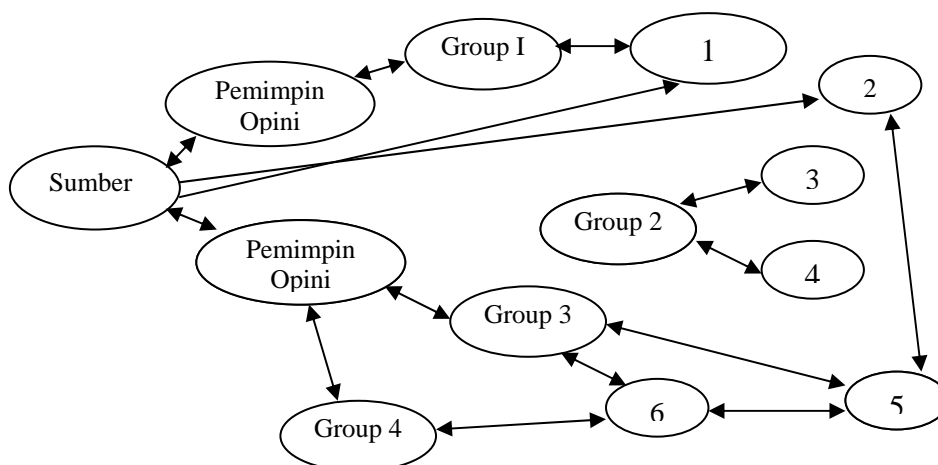
Dari dua gambar di atas dapat dilihat bahwa peran utama dipegang oleh pemimpin opini, yaitu dalam menyampaikan pesan tidak langsung pada masyarakat melainkan melalui orang-orang tertentu. Karena pemuka masyarakat lebih mengetahui sifat dari

masyarakatnya sendiri. Disini fungsi dari pemuka masyarakat sebagai penerusan pesan-pesan media massa. Bahkan pesan-pesan yang diterima audience sudah diinterpretasikan oleh para pemimpin opini tersebut.¹³

2) Model komunikasi banyak tahap

Banyaknya model yang muncul semakin membuat manusia untuk berlomba-lomba menemukan model-model baru. karena apa yang sudah ditemukan atau diciptakan itu dirasa belum sempurna. begitu juga dengan munculnya model banyak tahap ini, yaitu menyempurnakan dari model dua tahap. Model ini mengatakan bahwa ada hubungan timbal balik dari media ke khalayak. Prosesnya terjadi sebagaimana berikut:

Gambar 2.6 Model Komunikasi Banyak Tahap



Model di atas merupakan model gabungan antara model satu tahap dan model dua tahap yang kemudian disempurnakan menjadi model multi tahap. Terlihat pada Gambar di atas model multi tahap

¹³ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara,, 2008) hal 90.

ini saling berinteraksi, yaitu kembali ke media, kemudian kembali lagi ke khalayak, dan seterusnya. Jika dilihat lebih teliti model alir multi tahap ini lebih akurat dalam menjelaskan apa yang terjadi dalam pembentukan opini dan sikap. khalayak menerima pesan media massa bisa secara langsung atau tidak. Bahkan individu bisa mendapatkan informasi dari individu yang lain. Atau dari kelompok lain. Model ini mengilustrasikan setiap orang itu dipengaruhi oleh media massa itu sendiri atau komunikasi antar pribadi, bahkan mempengaruhi media massa dan orang lain.

Intinya model ini menjelaskan pada dasarnya semua bisa mempunyai pengaruh dan dipengaruhi baik media massa, individu, maupun kelompok dengan berbagai cara, bisa secara langsung bisa juga melalui perantara.¹⁴

2. Pengertian Komunikasi Pembangunan

Komunikasi dan pembangunan merupakan dua hal yang tak terpisahkan keduanya adalah komponen yang sangat menentukan dalam berjalannya suatu proses, karena di dalam pembangunan, komunikasi merupakan proses yang memungkinkan suatu sistem sosial atau sistem pembangunan itu sendiri memperoleh dan bertukar informasi, dengan kata lain komunikasi tidak lepas dari usaha penyebaran pesan-pesan (ide, gagasan dan inovasi) bagaimana suatu ide, gagasan dan inovasi tersebut diperkenalkan, dijelaskan hingga menimbulkan efek tertentu. Dari sini

¹⁴ Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007) hal 144

dapat dikatakan komunikasi dan pembangunan mempunyai keterkaitan hal yang sama, yaitu tentang dimensi perubahan pada individu dan masyarakat. Sehingga dapat dinyatakan kedudukan komunikasi dalam konteks pembangunan adalah *"As an integral part of development, and communications as a set of variables instrumental in bringing about development"*.

Menyadari peran dan potensi komunikasi dalam pembangunan para ahli komunikasi seperti W. Barnett Pearce mengatakan bahwa komunikasi memegang peran penting dalam pembangunan yaitu sebagai "Perencana publisitas" sebuah proses linier mengalir informasi dari pemerintah ke masyarakat.¹⁵ Hal yang sama juga dikatakan oleh Hedebroh dalam bukunya Nasution tentang kedudukan komunikasi dalam pembangunan dan dia menjelaskan peran yang bisa dilakukan komunikasi dalam pembangunan yakni:

- a. Komunikasi itu dapat menciptakan iklim atau kondisi bagi terjadinya perubahan dengan cara membujuk, nilai-nilai, sikap, prilaku agar pembangunan dapat berjalan dengan baik.
- b. Komunikasi dapat mengajarkan berbagai keterampilan baru, mulai dari masalah baca tulis, keterampilan-keterampilan praktis, hingga lingkungan.
- c. Komunikasi dapat memudahkan perencanaan dan implementasi program pembangunan yang berkaitan dengan kebutuhan penduduk.

¹⁵ Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007) hal 114-115

- d. Komunikasi berperan untuk menyediakan kebutuhan akan perubahan, dan informasi metode, alat, dan keuntungan mengadopsi ide baru dan cara untuk mengerjakan sesuatu.¹⁶

Komunikasi yang dirancang sebagian besar adalah bertujuan untuk mendorong partisipasi aktif para pelaku pembangunan. Partisipasi aktif dalam berbagai hal diantaranya: a) Identifikasi kebutuhan dan potensi yang dimiliki, b) Penyusunan rencana, c) Pelaksanaan program, d) Monitoring dan evaluasi, e) Kaderisasi, f) Pemanfaatan hasil pembangunan

Dari penjelasan atau pemaparan diatas, pengertian komunikasi pembangunan dapat dirangkum dalam dua konsep yaitu dalam arti sempit dan dalam arti luas.

Dalam arti sempit Komunikasi Pembangunan adalah segala bentuk upaya/cara, dan teknik penyampaian gagasan, serta keterampilan pembangunan yang digunakan oleh motivator (penggerak) pembangunan kepada masyarakat, agar dapat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam pembangunan.

Sedangkan komunikasi pembangunan dalam arti yang luas adalah pelaksanaan dari peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik antara masyarakat dan pemerintah. Mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan.¹⁷

Untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam pelaksanaan pembangunan, ada empat aspek yang terkandung di dalam pembangunan

¹⁶ Zulkarimen Nasutions, *Komunikasi Pembangunan*, hal 78

¹⁷ Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan*, hal. 116

kualitas manusia yaitu :

a. Kapasitas

Pembangunan harus mencakup pengembangan kapasitas, kepada apa yang harus dilakukan orang untuk meningkatkan kemampuan dan menentukan masa depannya.

b. Keadilan (*Equity*)

Pembangunan harus menekankan pada pemerataan dan dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Perhatian yang tidak merata pada berbagai kelompok masyarakat, dapat memecah belah masyarakat dan menghancurkan serta melemahkan kemampuan mereka.

c. Pemberdayaan (*Empowerment*)

Pembangunan mengandung arti pemberian kuasa dan wewenang yang lebih besar kepada masyarakat. Artinya pembangunan baru cukup bermanfaat bagi masyarakat bila mereka memiliki wewenang yang sepadan (masyarakat lemah)

d. Berkelanjutan (*sustainability*)

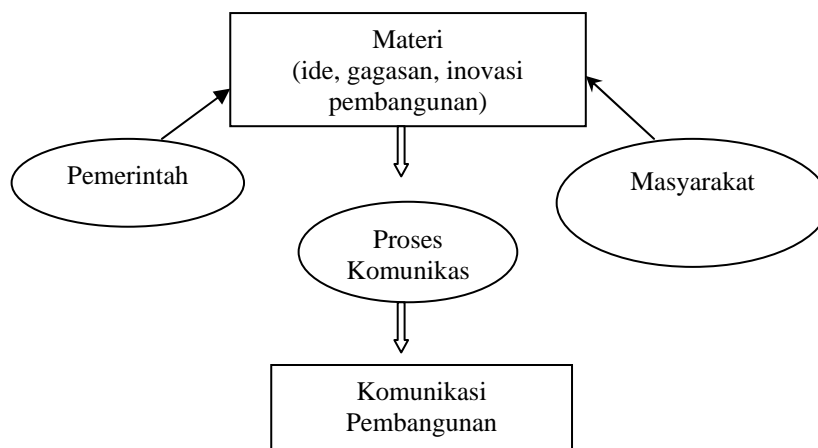
Pembangunan tidak hanya berhenti disitu saja, karena pembangunan bersifat *continue*, pembangunan harus diperhatikan, dipantau demi kelangsungan masa depan.¹⁸

Pada dasarnya pembangunan melibatkan minimal 3 komponen yaitu, *pertama*, komunikator pembangunan yaitu, aparat pemerintah/masyarakat, *Kedua*, pesan pembangunan yaitu ide-ide/program pembangunan dan *ketiga*, komunikan pembangunan yaitu

¹⁸ Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, hal 279

masyarakat luas baik penduduk desa maupun kota yang menjadi sasaran pembangunan. Dengan demikian usaha-usaha pembangunan sejatinya diwujudkan dengan konsep pembangunan yang berpusat kepada rakyat.

Gambar 2.8
Jalur Proses Komunikasi Pembangunan



Pada gambar tersebut ditunjukkan bahwa kegiatan komunikasi pembangunan mencirikan upaya pencarian, pendalaman, atau analisis dan penyebaran informasi (ide, gagasan dan inovasi) melalui komunikasi tertentu (bisa komunikasi pribadi, kelompok, dan media massa) dari pemerintah dan masyarakat.¹⁹

Untuk lebih memahami konsep dari pembangunan masyarakat, Jact Rothman Menyusun dan merumuskan 3 model:

- 1) Model Pembangunan Lokal (*locality development*), model ini berasumsi bahwa perubahan dalam masyarakat dapat dilakukan dengan partisipasi aktif masyarakat lokal. dimulai dengan pengembangan potensi dan aset-aset lokal (nilai sosial-budaya), model ini berupaya menumbuhkan motivasi, perencanaan dan

¹⁹ Sumadi Dilla, *komunikasi pembangunan*, hal 120.

tindakan tepat dari partisipatif warga setempat dalam mencapai tujuan pembangunan. Model ini sebagai upaya pemecahan dan pengembangan partisipasi pada tingkat bawah

- 2) Model Perencanaan Sosial (*Sosial Planning Model*), model ini berangkat dari asumsi bahwa suatu perubahan memerlukan analisis teknis dan rasional, pencapaian tujuan yang baik perlu didukung oleh perencanaan yang baik pula. Model ini sering dianggap sebagai dtrategi pemecahan masalah karena ia berupaya untuk menanggulangi secara tepat kompleksitas permasalahan yang ada dalam masyarakat.
- 3) Model Aksi Sosial (*social activity model*). model ini menganggap masyarakat terdiri dari kelompok-kelompok dan golongan-golongan atau organisasi yang didasarkan pada etnis, suku, profesi, keterampilan dan keahlian. Model ini memperlakukan kelompok-kelompok tersebut sebagai sesuatu yang inheren dalam masyarakat sehingga perlu diakui statusnya. Model ini bertujuan mengadakan perubahan mendasar secara kelembagaan dan kebiasaan-kebiasaan yang tidak bermanfaat.²⁰

3. Implementasi Komunikasi Pembangunan

a. Tahap Perencanaan Komunikasi.

Komunikasi pembangunan senantiasa memerlukan perencanaan komunikasi yang baik, dengan perencanaan komunikasi

²⁰ Sumadi Dilla, *Ibid*, hal 108-109

akan menentukan efektivitas keberhasilan pembangunan atau dapat dikatakan dengan perencanaan dapat memberikan peta jalan yang terarah. Pengertian perencanaan memiliki banyak makna sesuai dengan pandangan masing-masing "*Planning is nothing but planning is everything*" rencana tidak ada apa-apanya, tetapi dengan perencanaan adalah segalanya. Pada kalimat tersebut ditekankan bahwa perencanaan komunikasi menduduki peran yang menentukan sebagai suatu proses menyeluruh. Beberapa ahli komunikasi massa mensinyalir bahwa meskipun pelaksanaan pembangunan perdesaan telah dirancang dan dipersiapkan sedemikian rupa, hal itu tidak menjamin akan dilaksanakan dan berhasil dengan baik apabila tidak didukung dengan komunikasi yang efektif.²¹

Perencanaan komunikasi berkaitan dengan strategi-strategi terpilih, sumber, pembuatan pesan, penyebaran, penerimaan, dan umpan balik. Dalam penerapan perencanaan selalu membutuhkan tahapan sehingga sehingga dapat mencapai sasaran yang dituju. berikut ini tahapan-tahapan perencanaan komunikasi:

- 1) Pemilihan komunikan, komunikator yang dilakukan secara tepat.
- 2) Penyusunan pesan (isi pesan), harus menggunakan etika yang sesuai dengan norma-norma.
- 3) Menggunakan media/saluran yang tepat dalam penyampaian pesan.
- 4) Frekuensi harus sesuai dengan intensitas yang diharapkan.

²¹ Eduard Depari, Colin Macandrew, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*, (Gadjah Mada University Press, 1995) hal 173

- 5) Memilih Waktu, tempat, dan penemuan cara yang terbaik serta lokasi yang tepat.

Selanjutnya pada tingkat pelaksanaan, harus memperhatikan/imbangi dengan prinsip-prinsip perencanaan. diantaranya:

- 1) Prinsip keselarasan (*compatible*), yaitu prinsip yang diharapkan dimana dapat menciptakan dan memelihara kesesuaian/keselarasan dengan program-program lainnya.
- 2) Prinsip kesesuaian dengan kebutuhan (*need*), prinsip yang didasarkan pada tahapan kebutuhan seperti, faktor biologis, sosiologis dan psikologis.
- 3) Prinsip pelaksanaan, yaitu prinsip yang dipengaruhi oleh sifat, ciri dan sasaran dalam suatu proses belajar mengajar.
- 4) Prinsip keberhasilan, prinsip yang menggunakan indikator yang terukur, bertujuan mengembangkan sikap, pengetahuan serta kemampuan masyarakat.

b. Ciri-Ciri Perencanaan Komunikasi

Ciri-ciri dapat dikatakan sebagai Karakteristik yang dapat dijadikan pijakan/referensi suatu perencanaan dan pengelolaan komunikasi dalam pembangunan sebagai usaha pencapaian tujuan-tujuan pembangunan.

Berikut ini, Ciri-ciri perencanaan pembangunan menurut Tjokroamidjojo (1996) yaitu :

- 1) Usaha yang diarahkan pada rencana meningkatkan pendapatan

perkapita, laju pertumbuhan ekonomi yang positif.

- 2) Usaha yang dicerminkan dalam rencana mengadakan perluasan kesempatan kerja.
- 3) Usaha yang diarahkan dalam rencana mengadakan pemerataan pembangunan, meliputi: pemerataan pendapatan dan pembangunan antar daerah.
- 4) Usaha yang dicerminkan dalam rencana mengadakan pembinaan lembaga ekonomi masyarakat yang lebih menunjang kegiatan pembangunan.
- 5) Usaha yang dicerminkan dalam rencana membangun secara bertahap dengan berdasar kemampuan sendiri/nasional.

c. Unsur-Unsur Dalam Komunikasi dan Pengelolaan Pembangunan

Untuk menunjang Perencanaan dan pengelolaan komunikasi, dibutuhkan suatu pemahaman terhadap unsur-unsur terkait. Secara umum, unsur-unsur pokok yang termasuk dalam perencanaan pembangunan sebagai berikut :

- 1) Adanya kebijaksanaan dasar atau strategi dasar pembangunan.
- 2) Adanya kerangka rencana yang menunjukkan hubungan variabel-variabel pembangunan dan implikasinya.
- 3) Adanya perkiraan sumber-sumber pembangunan, terutama pembiayaan.
- 4) Adanya administrasi pembangunan yang mendukung perencanaan dan pelaksanaan pembangunan.

Dalam konsep baru Rogers (1976) memperkenalkan beberapa unsur pembangunan, yakni: *Pertama*, pemerataan penyebaran informasi. *Kedua*, partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pengelolaan dan pelaksanaan pembangunan biasanya dibarengi dengan desentralisasi kegiatan-kegiatan tertentu di daerah. *Ketiga*, berdiri di atas kaki sendiri dan mandiri dalam pembangunan, dengan penekanan pada potensi sumber daya setempat.

d. Proses dan Siklus Perencanaan Pembangunan

Proses perencanaan pembangunan adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menyusun perencanaan pembangunan yang berlangsung terus menerus dan saling berkaitan, sehingga membentuk suatu siklus perencanaan pembangunan. Perencanaan yang dimaksud, mulai pemilihan isi, media yang relevan, dan sasaran khalayak. Keseluruhan unsur tersebut merupakan suatu jaringan yang saling berkaitan (*interrelated network*) dari input yang ditargetkan pada perubahan tertentu, dan responsif kepada khalayak yang spesifik. Adapun proses perencanaan pembangunan adalah:

- 1) Adanya Pengumpulan informasi untuk perencanaan (input untuk analisis dan perumusan kebijaksanaan)
- 2) Dilakukannya penganalisaan keadaan dan identifikasi masalah.
- 3) Adanya kebijaksanaan dasar pembangunan.
- 4) Adanya perencanaan sektoral, kebijaksanaan program, proyek, dan kegiatan lain.

- 5) Membuat rancangan Program kerja, program pembiayaan, prosedur pelaksanaan, dan penuangan dalam perencanaan proyek-proyek.
- 6) Pelaksanaan rencana : 1) pelaksanaan program. 2) pelaksanaan kegiatan pembangunan lain. 3) badan-badan usaha.
- 7) Memperbaiki Fungsi pengaturan pemerintah.
- 8) Adanya penggunaan Komunikasi yang tepat guna pendukung pembangunan.
- 9) Adanya Pengawasan yang dilakukan secara intensif.
- 10) Adanya Peramalan (*forecasting*) perencanaan dan pelaksanaan baik angka pendek maupun angka panjang.²²

4. Strategi Komunikasi Pembangunan

Untuk mencapai tingkat keberhasilan pembangunan perdesaan yang tinggi, diperlukan adanya strategi komunikasi yang tepat. Hanya dengan komunikasi yang tepatlah proses sosialisasi program-program pembangunan bisa berhasil dengan baik. Tahap memilih strategi komunikasi merupakan tahap terakhir dari proses pengambilan keputusan untuk bertindak atas sesuatu.

Strategi komunikasi adalah manajemen perencanaan yang dibuat secara sistematis untuk mencapai suatu tujuan. Dengan strategi komunikasi kita dapat menentukan langkah-langkah efektif. Tentu saja hal ini berkaitan dengan penyampaian komunikasi, apakah menggunakan

²² Sumadi Dilla, *Ibid*, hal 181-184

komunikasi tatap muka atau komunikasi bermedia.

Jika komunikasi dipahami sebagai proses perubahan dalam rangka pembangunan, sejatinya perubahan tersebut harus berorientasi pada khalayak, artinya Strategi komunikasi harus bisa menjangkau, menggerakkan, mengarahkan dan membentuk perubahan sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat yang dimaksud dalam hal ini seperti yang dikemukakan Pieere James (1990), dipahami sebagai komunitas audiens yang menjadi tujuan dari proses komunikasi bermedia ataupun tidak.

Berbicara tentang Strategi komunikasi tentunya banyak hal yang menjadi cakupan didalamnya diantaranya, strategi pemilihan isi pesan, penggunaan media, semua itu harus diperhitungkan secara matang. Sebagaimana menurut *Academy of Educational Development* yang mengulas strategi komunikasi dimana prinsip organisasinya meliputi tiga unsur: *pertama*, orientasi kepada khalayak, *kedua*, lapangan yang menjadi sasaran perubahan, *ketiga* adanya suatu jaringan media terpadu.²³

Dalam bukunya Deddy Mulyana yang berjudul komunikasi pembangunan, Effendy (1993) menyatakan strategi secara makro (*Planned Multimedia Strategi*) mempunyai fungsi ganda yaitu, menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat komunikatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal, serta menjembatani *cultural gap* akibat kesenjangan

²³ Anwar Arifn, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Cv.Armico, 1984) hal 68-69

informasi yang ditimbulkan media massa.²⁴

Dalam strategi komunikasi pembangunan tentunya ada hal-hal yang harus dikembangkan/diperhatikan guna memaksimalkan hasil pembangunan tersebut. Meliputi:

a. Komunikasi dan Pengembangan Kapasitas Diri

Unsur utama strategi komunikasi dalam model pengembangan kapasitas atau pembangunan diri adalah partisipasi, sosialisasi, mobilisasi, kerjasama, dan tanggung jawab diantara individu-kelompok dalam perencanaan pembangunan. Pada batas ini, upaya pengembangan kapasitas (diri) dimaksudkan untuk memberikan pencerahan, penguatan dan pemberdayaan masyarakat dalam menggali, mengembangkan dan meningkatkan potensi serta kemampuan. Dengan demikian, penekanannya dititikberatkan pada pesan yang bersifat *bottom-up* atau komunikasi yang horizontal. Di antara masyarakat. Masyarakat harus berdiskusi bersama, mengidentifikasi kebutuhan, keinginan dan harapan termasuk memutuskan tindakan mereka.

Untuk tujuan tersebut, Havelock (1973) memberikan sebuah model *problem solving*, dimana model ini menekankan pada kebutuhan para pengguna dan diagnosa mereka sendiri terhadap permasalahannya. Pada model ini, kebutuhan dan cara pemecahan mereka dipelajari secara intensif, posisi dan dukungan komunikasi

²⁴ Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan*, hal 131

dimaknai sebagai sebuah mekanisme dalam perubahan pikiran, sikap, dan tindakan sosial individu, kelompok dan masyarakat. Dalam hal ini masyarakat yang *notabene* terdiri dari individu, keluarga, merupakan suatu kesatuan yang membutuhkan sentuhan pembangunan dan pengembangan kapasitasnya. Pengembangan dimaksud meliputi, usaha perbaikan pendidikan, kesehatan, dan pelayanan umum lainnya. Melalui upaya penyebarluasan informasi dan penerangan. Dengan begitu masyarakat dapat mengenal, mengetahui dan memahami kualitas, kemampuan dan potensi diri dan lingkungan sekitarnya.

Sehubungan dengan komunikasi dan pengembangan kapasitas diri, Rogers (1976) merangkum peran utama komunikasi sebagai berikut :

- 1) Menyediakan informasi teknis tentang berbagai masalah, dan berbagai inovasi yang tepat untuk menjawab berbagai permintaan lokal.
- 2) Menyebarkan informasi tentang pencapaian-pencapaian pembangunan diri dari kelompok-kelompok lokal sehingga kelompok lain dapat memperoleh keuntungan dari pengalaman kelompok lainnya dan dapat menjadi motivasi untuk meraih pencapaian serupa.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa, yang terpenting dalam saluran komunikasi adalah dapat memprakarsai suatu dialog antara pengguna dan sumber, serta membantu mereka berdialog

bersama. Seperti yang dirangkum Schramm (1977:3) berikut ini ;

”Hanya pada saat komunikasi dapat membangun dirinya sendiri ke dalam struktur sosial sajalah, komunikasi akan menunjukkan harapan yang sebenarnya dari hasil-hasil ekstensif. Hanya pada saat saluran-saluran media dapat bergabung dengan saluran-saluran pribadi dan organisasi di Desa. Anda akan mendapatkan jenis pembangunan yang anda inginkan”.²⁵

b. Media Rakyat Dalam Pembangunan

Media rakyat merupakan sasaran utama dalam strategi pembangunan, karena esensi dari pembangunan itu sendiri adalah memberdayakan atau menggerakkan masyarakat lemah agar mereka mampu berdiri sendiri. Ada beberapa hal/alasan yang mendasari mengapa media rakyat dijadikan sebagai sasaran dari strategi komunikasi dalam pembangunan. *Pertama*, Minimnya pengetahuan dan keterampilan, *Kedua*, Status sosial ekonomi yang rendah, *Ketiga*, Kemampuan baca dan tulis yang kurang, *Keempat*, Mayoritas masyarakat pedesaan irrasional.

Selain itu ada beberapa tujuan penggunaan media rakyat. Yakni, membangun hubungan kedekatan, pengikat/perekat transaksi sosial, pengakuan atau penghargaan identitas diri dan eksistensi budaya, penyeimbang dominan media modern. Tema yang biasanya berkembang dalam media rakyat menyangkut ekspresi hidup, keteladanan, simbol-simbol, ritual, cita-cita, budaya, dan nilai (baik, buruk). Dalam tema tersebut, biasanya disisipkan ide pembangunan. Disini media rakyat berfungsi menuntun masyarakat untuk memahami

²⁵ Sumadi Dilla, *Ibid*, hal 133-135

batas baik dan buruk yang mesti dilakukan dan cara melakukannya. ketika proses berjalan, dapat dipastikan masyarakat secara aktif ikut serta dalam program-program pembangunan. Melalui media rakyat segala ide, gagasan atau inovasi pembangunan, diceritakan dan disesuaikan dengan bentuk media yang ada. Dengan demikian ide pembangunan dan produk-produk kebudayaan lokal masyarakat dapat saling mengisi.²⁶

c. Memaksimalkan Peran Komunikator Sebagai Agen Pembangunan

Sebagai suatu strategi komunikasi dalam perubahan sosial dan pembangunan, dibutuhkan langkah-langkah operasional dalam penerapannya. Salah satunya adalah melibatkan berbagai pihak yang berkompeten dan berkepentingan (*stakeholders*) baik perorangan maupun kelompok yang paham dibidangnya masing-masing. Melalui tenaga terdidik dan terampil diharapkan dapat menggerakkan dan membuka wawasan berpikir atau menyebarluaskan proses perubahan tersebut. sehingga seluruh program pembangunan bisa berjalan sesuai tujuan. Para tenaga tersebut mempunyai kualifikasi sehingga disebut sebagai agen perubahan (orang yang membantu pelaksanaan perubahan sosial dan peduli terhadap masyarakat).

Dalam proses pembangunan fungsi para agen perubahan ini dipandang sebagai mata rantai komunikasi antara dua atau lebih sistem sosial. Para penggerak ini bisa berasal dari pemerintah (*Government*)

²⁶ Peter Hagul Editor, *Pembangunan Desa & Lembaga Swadaya Masyarakat*, (Jakarta: CV. Rajawali, hal 4

atau organisasi bukan pemerintah (*Non Government organization*), mereka terdiri dari : Birokrat, Politisi, (Parpol), Kelompok Profesi, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), KSM, Organisasi masyarakat, dan lain-lain yang *concern*. Peduli terhadap pemberdayaan masyarakat ditingkat bawah.

Dalam berkomunikasi yang berpengaruh terhadap komunikasi bukan hanya apa yang disampaikan, melainkan juga keadaan komunikator secara keseluruhan. ketika komunikator menyampaikan pesan, komunikan tidak hanya mendengarkan, tetapi ia juga memperhatikan siapa yang menyampaikannya. Karena komunikator adalah orang yang berpengaruh terhadap proses pelancaran pembangunan, Tan (1981) mengatakan kredibilitas sumber terdiri dari dua unsur; yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian diukur sejauhmana komunikan menganggap komunikator mengetahui jawaban yang benar, sedangkan kepercayaan dioperasionalisasikan sebagai persepsi komunikan tentang sejauhmana komunikator bersikap tidak memihak dalam penyampaian pesan. Dari variabel kredibilitas tersebut dapat ditentukan dimensi-dimensinya, yaitu : keahlian komunikator (meliputi: kemampuan, kecerdasan, pengalaman dan pengetahuan), dan kepercayaan komunikator (meliputi: kejujuran, keikhlasan dan keadilan). Demikian juga mengenai daya tarik adalah berkenaan dengan tingkat mana penerima melihat sumber sebagai seseorang yang disenangi dalam bentuk peranan hubungannya yang

memuaskan.²⁷

d. Menyusun pesan berorientasi pada audiens.

Pada saat motivator penggerak pembangunan memutuskan untuk mengarahkan tujuannya pada para audiens (masyarakat), tugas terpenting yang harus dilakukan adalah memotivasi, menggerakkan, dan mengajak audiens menjadi bagian terpenting dari proses komunikasi. Disini para audiens diajak berkomunikasi dengan menggunakan simbol, tanda, atau bahasa yang dipahami bersama.

Kekuatan pesan pada proses komunikasi terletak pada ide, dan gagasan yang tertuang didalamnya. Dengan kata lain, ide atau gagasan yang disampaikan mampu mengeksplorasi daya imajinatif dan kreativitas seseorang sehingga mau bergerak dan bertindak. Ketika proses itu berlangsung, saat itu pula pesan akan dimengerti, dipahami, dan selanjutnya diterima.

Berhubungan dengan hal tersebut, Harmoko (1985) mengemukakan pesan yang disampaikan kepada khalayak haruslah :

- 1) Pesan yang disampaikan harus cocok dengan kepentingan masyarakat, artinya pesan itu memang benar-benar sedang dibutuhkan oleh masyarakat
- 2) Pesan yang disampaikan harus menggugah hati khalayak sehingga gagasan dan perasaan yang disampaikan oleh si pembawa pesan/komunikator sudah seperti milik si penerima pesan sendiri.

²⁷ Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan*, Hal 143-144

Artinya komunikator harus bisa menyatu dengan komunikan dan harus bisa menjadi bagiannya.

- 3) Pesannya yang disampaikan harus bisa menimbulkan dorongan bertindak bagi khalayak secara spontan dan penuh pesan, sehingga para khalayak dapat memberikan respon yang positif

Hampir sama dengan pandangan di atas, Wilbur Schramm juga menyatakan, isi pesan dalam strategi komunikasi sangat menentukan efektivitas komunikasi sehingga pesan yang disampaikan harus memenuhi syarat-syarat berikut :

- 1) Sebelum pesan itu disampaikan pada khalayak, Pesan harus dirancang/dikemas dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran dimaksud.
- 2) Pesan yang disampaikan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama, sehingga antara sumber dan sasaran sama-sama mengerti.
- 3) Pesan yang disampaikan harus menyentuh, mampu memberikan beberapa saran dan cara untuk memperoleh kebutuhan itu.²⁸

5. Peraturan Desa

a. Pengertian Peraturan Desa

Dalam suatu organisasi yang mempunyai tujuan sama pasti didalamnya terdapat suatu peraturan yang harus dipatuhi bersama. Begitu juga dengan desa, dimana banyak ditemukan kumpulan warga

²⁸ Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan*, hal 186

yang saling bersinggungan antara satu dengan yang lain (saling berinteraksi). Peraturan merupakan suatu ketetapan yang harus dipatuhi, di dalam peraturan tersebut ada norma-norma sebagai pembatas setiap perilaku, sikap dan perbuatan. Peraturan ini biasanya ditetapkan oleh para pemuka yang sebelumnya telah dipilih oleh rakyatnya (dianggap sebagai orang yang mampu dan memiliki tanggung jawab serta kepedulian yang lebih). Seperti Pemerintah desa beserta jajarannya, Bisa juga organisasi-organisasi.

Untuk pengertian Desa, kata desa berasal dari Bahasa Sanskerta "Deshi" yang berarti tanah kelahiran atau tanah tumpah darah, kemudian istilah desa menjadi istilah nasional untuk menunjukkan kesatuan wilayah yang ditempati sejumlah penduduk sebagai kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai organisasi pemerintahan langsung di bawah camat dan berhak melangsungkan rumah tangganya sendiri dalam ikatan negara kesatuan Republik Indonesia.

Desa dikepalai oleh kepala desa yang dipilih oleh rakyat dan mendapatkan gaji berupa sawah yang disebut bengkok. Selanjutnya untuk mempermudah jalannya pemerintahan maka desa dibagi menjadi Dusun, Rukun Warga (RW), dan Rukun Tetangga (RT)

Dalam masyarakat desa masih terlihat adanya pengendalian sosial (*Social Control*) yang kuat, hal ini terwujud dalam aturan-aturan yang sesuai dengan ketentuan pemerintah. seperti adanya undang-

undang atau peraturan yang harus dilaksanakan masyarakat. Disamping itu terdapat juga sistem pengawasan informal, seperti pujian dan celaan atau teguran dari keluarga dekat. Peraturan kesusilaan ini tetap dipertahankan baik dengan persetujuan dari masyarakat atau tidak, bahkan kadang-kadang dengan hukuman.²⁹

Jadi peraturan desa adalah penataan, pengendalian dan ketetapan yang dibuat oleh pemerintah desa dan harus dijalankan bersama oleh masyarakat. Mengenai kebijakan-kebijakan yang telah dibuat dan ditetapkan secara bersama-sama memikul tanggung jawab.

Untuk pembentukan suatu desa maka harus terpenuhi tiga unsur desa. Yaitu, wilayah, penduduk, dan pemerintahan desa. Jika pada taraf tertentu unsur-unsur tersebut tidak terpenuhi, seperti wilayah yang belum menentu, penduduk yang sering berpindah-pindah dan pemerintahan yang belum tersusun, maka kondisi seperti ini disebut dengan Pra Desa.³⁰

b. Macam-Macam Desa

Berdasarkan perkembangan desa dapat diklasifikasikan dalam tiga tingkatan, yaitu :

1) Desa Swadaya (Tradisional).

Desa swasembada merupakan desa yang tingkat perkembangannya berada paling rendah, karena tingkat pendidikan

²⁹ Sapari Imam Asy'ari, *Sosiologi Kota dan Desa*, (Surabaya: Usaha Nasional, 2003) hal. 96

³⁰ Talizidihu Ndara, *Dimensi-Dimensi Pemerintahan Desa*, (Jakarta: Bumi Aksara 1991) hal 20

dan perekonomian penduduknya yang rendah serta kualitas kesehatan yang masih buruk, Sehingga desa ini belum mempunyai kemampuan yang cukup/memadai untuk mengelola sumber dayanya sendiri (untuk kegiatan pembangunan), sedangkan badan pemerintah desa belum berfungsi dengan baik misalnya, administrasi yang belum terselenggara dengan baik. Desa-desa semacam ini biasanya masih kuat dan terikat dengan adat istiadat dan hubungan yang masih erat.

2) Desa Swakarya (Transisional)

Desa ini berada pada tahap berkembang, lebih maju dibanding dengan desa swasembada. karena desa ini mulai mampu berdiri mandiri dalam menyelenggarakan pemerintahannya sendiri, untuk badan pemerintahan desa (BPD) cukup berfungsi dalam mengorganisasikan dan menggerakkan peran serta dalam pembangunan. Mengenai masalah tingkat perekonomian dan pendidikan sudah mulai membaik, desa ini mengelola sumber daya yang dimiliki meskipun masih membutuhkan pembinaan dari luar. Tetapi untuk kualitas kesehatan desa ini masih berada pada tahap yang kurang membaik.

3) Desa Swasembada (Berkembang)

Desa ini merupakan desa, yang bisa dikatakan lebih sempurna dibandingkan dengan desa lainnya, karena desa ini telah mampu menyelenggarakan rumah tangganya sendiri. Seperti

masalah administrasi desa ini sudah terselenggara dengan baik dan badan pemerintahan desa telah berfungsi dengan baik pula. Desa ini dicirikan Dengan kualitas kesehatan, tingkat perekonomian, dan penduduk sudah sangat baik.³¹

B. Kajian Teoretik

Adapun teori yang di gunakan pijakan oleh peneliti yang berhubungan dengan penelitian ini adalah :

1. Teori Difusi Inovasi

Mengubah masyarakat melalui penyebarserapan ide-ide dan hal-hal yang baru adalah kegiatan yang dikenal dengan difusi inovasi. Difusi merupakan suatu bentuk komunikasi dimana terjadi pengoperan/pemindahan pesan-pesan, informasi berupa ide, gagasan-gagasan baru. Sedangkan inovasi itu sendiri, adalah proses menuju perubahan karena datangnya hal-hal, gagasan, dan ide yang baru.

Masuknya difusi inovasi ke tengah-tengah masyarakat disebabkan komunikasi antar anggota, juga antara suatu masyarakat dengan masyarakat lain. Melalui saluran-saluran komunikasi terjadi pengenalan, pemahaman, dan penilaian yang nantinya akan menghasilkan penerimaan atau suatu penolakan. Namun proses itu tidak langsung berjalan mulus, karena tidak semua masyarakat dapat menerima perubahan tersebut. Proses ini membutuhkan waktu yang cukup lama, ada tahap-tahapan yang harus dilalui dan tak jarang ketika proses difusi inovasi tersebut sering

³¹ Talizidihu Ndara, *Ibid*, hal 21

terjadi atau menimbulkan Pro dan Kontra ditengah-tengah masyarakat.

Dalam proses penyebarserapan inovasi terdapat unsur-unsur utama antara lain : adanya suatu inovasi, proses tersebut dikomunikasikan melalui saluran, proses tersebut terjadi dalam suatu jangka waktu tertentu dan ada sasaran atau para anggota.

Sedangkan komponen inovasi terdiri dari dua, yakni komponen ide dan komponen objek (aspek material dan produk fisik) Penerimaan terhadap suatu inovasi yang memiliki kedua komponen tersebut memerlukan adopsi yang berupa tindakan (*actions*). Sedang untuk inovasi yang hanya mempunyai komponen ide, penerimaan pada hakikatnya merupakan suatu putusan simbolik.

Masyarakat yang sedang menghadapi suatu menyebar serapakan inovasi, oleh Rogers dan Shoemaker dikelompokkan dalam lima golongan sebagai berikut:

- a. *Inovator*, yaitu mereka yang pertama memperkenalkan inovasi. Pada dasarnya mereka menyenangi hal-hal yang baru dan selalu melakukan percobaan-percobaan.
- b. Penerima dini (*early adopters*), yaitu golongan ini termasuk orang-orang yang berpengaruh, dan dikelilingi atau berada diantara sekelompok orang yang, dan merupakan orang-orang yang lebih maju dibanding sekitarnya.
- c. Mayoritas Dini (*early majority*), yaitu orang-orang yang menerima suatu inovasi selangkah lebih dahulu dari rata-rata kebanyakan orang

lainnya.

- d. Mayoritas Belakangan (*late majority*) yakni golongan/orang-orang yang baru bersedia menerima suatu inovasi apabila menurut penilaiannya semua orang sekelilingnya sudah menerima.
- e. *Laggards*, yaitu lapisan yang paling akhir dalam menerima suatu inovasi.³²

Tidak Selalu proses inovasi berjalan dengan baik, karena memang ada beberapa golongan atau orang yang menolak akan kehadirannya. Karen hal itu dibutuhkan sejumlah tahapan-tahapan yang harus dilalui dalam penyampain:

- a. *Tahap Pengetahuan*, tahap dimana seseorang sadar, tahu bahwa ada sesuatu inovasi.
- b. *Tahap Bujukan*, tahap dimana seseorang sedang mempertimbangkan, atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya.
- c. *Tahap Putusan*, tahap dimana seseorang membuat putusan apakah menerima atau menolak datangnya inovasi.
- d. *Tahap Implementasi*, tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dianutnya mengenai suatu inovasi.
- e. *Tahap Pemastian*, tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang telah diambilnya.³³

³² Josept A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Profesional Books) hal, 526

³³ Zulkarimein Nasutions, *Komunikasi Pembangunan*, hal. 109-110

2. Teori Dependensi Media

Perkembangan media semakin hari semakin pesat. Apalagi didukung dengan teknologi yang serba instant, setiap hari tayangan yang disajikan oleh media selalu bervariasi mulai berita yang penting sampai yang tidak penting. Begitu juga dengan sajian acara semuanya lengkap dan hampir sempurna mulai dari acara anak-anak seperti film kartun, acara remaja, seperti musik life, humor, sinetron, gosip, sampai acara dewasa seperti, acara konsultasi yang sifatnya pribadi semua itu telah dikupas tuntas oleh media.

Kehadirannya begitu mempengaruhi ikatan sosial, nilai, atau kepercayaan kita. Baik individu maupun kelompok masyarakat. Jika hal ini lama-kelamaan masyarakat bisa ketergantungan terhadap media. Marshall McLuhan, dalam bukunya, *Understanding of media: The Extensions of Man*, media kini telah ikut memengaruhi perubahan bentuk masyarakat, media massa tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi atau hiburan tetapi juga fantasi dan ilusi. Lebih lanjut mengenai fenomena ketergantungan ini George Gebner, menegaskan bahwa media massa turut memberi andil dan memoles kenyataan sosial. Dengan demikian media benar-benar menemukan kekuatannya yang luar biasa untuk dapat mempengaruhi, mereduksi pengetahuan, dengan menampilkan wajahnya secara telanjang, menjadi pijakan eksistensi kesadaran sosial yang membentuk wawasan manusia mengenai kehidupan. Interaksi media yang tinggi dalam perspektif teori ini, melalui informasi (simbol dan tanda)

memungkinkan manusia bisa mendefinisikan dan memperlakukan sesuatu sesuai dengan kebutuhan dan kehendaknya.

Menurut teori ini, ketika kita merasa jadi khalayak media, perilaku kita akan senantiasa memerlukan rujukan media dalam mencari pembenaran dalam melakukan segala sesuatu. Perilaku ketergantungan terhadap informasi media yang demikian dapat polarisasi kebutuhan yang permanent bagi khalayak/masyarakat. Cepat atau lambat, sadar atau tidak, ketergantungan ini akan menciptakan kenikmatan semu dan membuat manusia menjadi lupa. Jika demikian, kiranya patut kita renungkan apa yang dikatakan Jean Baudrillard, "*the ecstasy of communication*" bahwa media massa kini menciptakan kenikmatan kepada khalayaknya yang sangat tergantung³⁴

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagaimana telah disebutkan diawal pembahasan ini. Bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Model Komunikasi Pembangunan Dalam Mensosialisasikan Peraturan Desa (Studi Kasus, Desa Sidomukti Kecamatan Plosan Kabupaten Magetan-Jawa Timur).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Rohman, Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Prodi Ilmu Komunikasi 2008. Yang berjudul " Model Komunikasi Ulama Umara dan Masyarakat Dalam Mendukung Pembangunan Jembatan Suramadu. (Studi di Desa Konang Kecamatan Konang Kabupaten Bangkalan)" dipaparkan komunikasi ulama,

³⁴ Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan*, hal -52

umara (pemerintah) dan masyarakat, Dalam mendukung jembatan suramadu, terjadi dua tahapan komunikasi (Komunikasi Dua Tahap). Dimana aliran dua tahap ini menyatakan pesan-pesan media tidak seluruhnya mencapai massa audience secara langsung, sebagian besar malahan berlangsung secara bertahap. Seperti yang sudah dilakukan oleh umara (pemerintah) dalam rangka mensosialisasikan jembatan suramadu. Pertama umara (pemerintah) yang posisinya sebagai penyelenggara pembangunan melakukan komunikasi dengan ulama yang posisinya sebagai *opinion leaders*, selanjutnya ulama mengkomunikasikan kepada masyarakat yang posisi stratifikasi sosialnya sebagai *follower* dengan komunikasi yang demikian maka akan menuju pada penemuan persepsi terkait pembangunan jembatan suramadu.

Dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini ditemukan adanya perbedaan dan persamaan. Untuk persamaannya, sama-sama mengulas dan meneliti tentang model komunikasi dan sosialisasi pembangunan. Serta sama-sama menggunakan metode kualitatif diskriptif. Namun perbedaannya, penelitian terdahulu mengarah pada pembangunan fisik yaitu pembangunan berupa jembatan suramadu, sedangkan penelitian saat ini mengarah pada pembangunan non fisik yaitu peneliti menfokuskan pada pendidikan siswa SD-SMP, yang intinya meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM).

Penelitian kedua dilakukan oleh Isroul Habibah, Mahasiswa Fakultas Dakwah Prodi Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel surabaya 2008. yang berjudul "Peranan *Public Relations* Dinas Informasi dan Komunikasi Dalam Menyebarluaskan Informasi Pembangunan. (Studi Kualitatif Pada Pemerintah

Propinsi Jawa-Timur)”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa peran menyebarluaskan informasi pembangunan ini PR tidak begitu aktif (perannya tidak begitu baik) PR hanya bertugas menjaga hubungan baik dengan seluruh publiknya, baik eksternal maupun internal. PR mempunyai media *off line* yang hanya bisa menjangkau kalangan dinas INFOKOM saja. Oleh sebab itu semua informasi yang berkaitan dengan pembangunan khususnya dibidang info pendidikan ditangani oleh media informasi dengan kata lain peran menyebarluaskan informasi berada di naungan media informasi (dibantu dengan subdin media *On-Line*) PR hanya pendukung keberhasilan dari isi berita tersebut.

Penelitian terdahulu yang kedua sama halnya dengan penelitian terdahulu yang pertama dan penelitian saat ini, yaitu sama-sama meneliti dan mengulas sosialisasi atau penyebaran informasi pembangunan. Sedangkan perbedaannya, terletak pada sifat penyebaran pembangunan. Kalau penelitian terdahulu informasi pembangunannya bersifat umum karena subjeknya adalah PR Pemerintah Propinsi Jawa-Timur. Jadi banyak informasi pembangunan yang harus disampaikan pada khalayak. informasi disebarkan bisa pembangunan pendidikan, pembangunan jalan, pembangunan lingkungan dan lain-lain. Sedang pada penelitian saat ini sosialisasi pembangunan yang dituju sangat jelas yaitu pembangunan pendidikan dimana subjek dari penelitian ini adalah aparat Pemerintah Desa Sidomukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan yang bertujuan untuk memajukan masyarakatnya dalam hal kualitas sumber daya manusia.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Adam Idris, mahasiswa UNAIR Jurusan Ilmu Administrasi Negara, 2002 berjudul "Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program Pembangunan Bagi Masyarakat Pedesaan di Era Otonomi" (Studi kasus di Desa Palesanggar Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan-Madura). Di paparkan untuk mencapai tingkat keberhasilan pembangunan perdesaan yang tinggi, di perlukan adanya strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi yang digunakan oleh pemerintah daerah adalah komunikasi interaktif, menunjukkan bahwa komunikasi interaktif berhasil secara efektif dalam hal memberikan pemahaman tentang pentingnya pembangunan, dan mampu menumbuhkan partisipasi positif bagi masyarakat pedesaan dalam pembangunan. proses komunikasi berjalan secara menyebar ke segala arah sehingga arus informasi tidak berjalan satu arah yang dapat dianggap sebagai intruksi, melainkan berjalan secara timbal balik dari dan ke segala arah diantara pihak-pihak yang terlibat. Artinya diantara mereka yang terlibat dalam proses komunikasi terdapat proses saling mempengaruhi, memberi dan menerima informasi secara seimbang guna membentuk kesamaan pengertian di antara mereka, selain itu di dalam penerapan komunikasi interaktif ini menunjukkan adanya kesamaan posisi antara pihak komunikan dengan komunikatornya, sehingga diantara mereka yang terlibat komunikasi tidak ada perasaan inferior dan superior, dan hasil komunikasinya dianggap sebagai sharing.

Dalam penerapannya diawali dengan pembinaan keahlian atau keterampilan terlebih dahulu, ketika keterampilan dan keahlian tersebut telah

dianggap memadai barulah pemerintah daerah melanjutkannya dengan memberikan suntikan dana atau penguatan modal, sehingga dana yang dikucurkan oleh pemerintah tersebut benar-benar digunakan dalam kegiatan sektor produksi.

Dari sini ada perbedaan dan persamaan. Adapun Persamaannya sama-sama mengulas tentang proses, cara komunikasi yang digunakan dalam mensosialisasikan program pembangunan ke masyarakat pedesaan, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif diskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah pada subyek penelitian, jika penelitian terdahulu adalah pemerintah daerah yang fokusnya pembangunan-nya adalah pembenahan di era otonomi dengan pembinaan keahlian dan keterampilan. sedangkan subyek penelitian saat ini adalah aparat desa yang fokusnya adalah pada pembangunan pendidikan yang ditujukan pada siswa SD-SMP.