

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Kajian pustaka pada penelitian ini berisikan definisi-definisi yang berkaitan dengan komunikasi, Strategi Komunikasi, Pemerintahan Desa, Partisipasi Masyarakat, Pembangunan Desa.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sumber lampau dari hasil penelitian yang nantinya diusahakan oleh peneliti untuk membandingkan penelitian yang akan dilaksanakan. Penelitian terdahulu juga bisa berfungsi sebagai sumber inspirasi yang nantinya membantu pelaksanaan penelitian. Selain itu peneliti juga bisa memeriksa apa yang kurang dan kelebihan untuk dikembangkan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Universitas	Judul Penelitian	Metode	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Evi Zahara	Universitas Dharmawangsa	Peranan Komunikasi Dalam Pembangunan Masyarakat Pedesaan	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif.	<ul style="list-style-type: none">● Lokasi penelitian● Fokus penelitian● Metode	Adanya perbedaan orientasi pembangunan dan komunikasi yang lama serta orientasi pembangunan dan komunikasi yang baru memberikan penilaian tentang komunikasi dalam pembangunan masyarakat pedesaan agar tidak tersentralisasi, linear dengan proses yang

						<p>terisolasi perlu merefleksikan difusi partisipasi dengan memperhatikan kebutuhan-kebutuhan masyarakat, sehingga pembangunan dapat terealisasi dengan baik. Kedua, membantu masyarakat menemukan norma-norma baru dan keharmonisan dari masa transisi, membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan di tengah kehidupan bermasyarakat, serta mengubah struktur kekuasaan pada masyarakat yang bercirikan tradisional, dengan membawakan pengetahuan kepada massa.</p>
2	Khusnul Khotimah	Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan	Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan (Studi Deskriptif Di Desa Motilango Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango Provinsi	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.	<ul style="list-style-type: none"> ● Lokasi Penelitian ● Metode Yang Digunakan 	<p>Strategi komunikasi aparat pemerintah desa Motilango di terapkan melalui rencana pembangunan jangka menengah desa yang disebut dengan (RPJMDes). Usulan-usulan masyarakat dalam rapat RPJMDes yaitu pembuatan pagar sekolah TK,</p>

			Gorontalo			<p>jamban keluarga, sarana air bersih, sumur bor, jalan akses tani, saluran air.</p> <p>Adapun sarana yang di berikan di desa melainkan: pendidikan, kesehatan, alat prtanian.</p> <p>Jika dilihat partisipasi dari masyarakat masih sangat kurang, hanya sebagian dari masyarakat saja yang pedili akan keberhasilan pembangunan desa tersebut. Karena partisipasi masyarakat menjadi kunci dari keberhasilan pembangunan desa.</p>
3	T.Muhamad Ilham	Universitasn Komputer Indonesia	Strategi Komunikasi Promosi Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam Mensosialisasikan Bahaya Penyakit AIDS	Pendekatan Kualitatif Dengan Metode Penelitian Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi Penelitian • Narasumber • Fokus Masalah 	<p>Bahwa Komunikasi promosi Dinas Kesehatan Kota Bandung Penelitian T. Muhammad Ilham membahas lebih kepada Strategi Komunikasi Promosi Kesehatan bahaya penyakit AIDS kepada 15 untuk Melanjutkan Kegiatan,eksistensi, mendorong dan mengembangkan lebih luas lagi</p>

Sumber Peneliti,2023

2.1.2. Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

“Berdasarkan sejarah, pengertian komunikasi berasal dari Bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*To make common*). Komunikasi menurut Bahasa (etimologi) dalam “Ensiklopedia Umum”. diartikan dengan “perhubungan”, sedangkan yang terdapat dalam buku komunikasi berasal dari perkataan lain, yaitu:

- a. *Communicare*, yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan.
- b. *Communis*, yang berarti milik bersama ataupun berlaku di mana mana
- c. *Communis Opinion*, yang berarti pendapat umum ataupun pendapat mayoritas
- d. *Communico*, yang berarti membuat sama.
- e. Demikian juga *Communication*, yang berarti sama. Sama disini maksudnya sama makna.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna” (Effendy, 2011:9).

Menurut Effendy juga komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Kata Komunikasi artinya umum karena kesamaan pemahaman merupakan komponen esensial dari semua jenis komunikasi. Jadi komunikasi dapat didefinisikan sebagai

"Proses yang dengannya dua atau lebih manusia bertukar pemikiran, gagasan, fakta, perasaan atau kesan dengan cara masing-masing yang menguntungkan pemahaman tentang pesan ". Komunikasi merupakan nafas dari keberlangsungan sebuah organisasi. Suatu organisasi tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan komunikasi. Hal tersebut yang melatarbelakangi

beberapa studi tentang komunikasi organisasi. Dimana komunikasi organisasi sendiri merupakan suatu jaringan komunikasi antar manusia yang saling bergantung satu sama lainnya dalam konteks organisasi. Istilah komunikasi ini berasal dari bahasa Latin yakni *communicare* yang berarti menyebarluaskan. Istilah komunikasi ini berasal dari bahasa Latin yakni *communicare* yang berarti menyebarluaskan atau memberitahukan. Dalam bahasa Inggris, istilah yang memiliki makna yang identik dengan *communicare* adalah *communication* yang boleh dimaknai sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang yang di mana mengandung arti. Dari istilah bahasa Inggris, *communication* inilah yang kemudian menjadi kata komunikasi yang bermakna sebagai suatu kegiatan untuk menyampaikan ide, opini, pikiran, dan gagasan dari seseorang kepada orang lain” menurut Effendy, (2011 dalam Purba et al., 2020)

Selanjutnya terdapat definisi komunikasi lainnya, yakni:

“komunikasi adalah kata yang melingkupi setiap pola interaksi manusia dengan manusia lain yang berbentuk dialog biasa, membujuk, melatih, dan kompromi” (Nurjaman & Umam, 2012).

Di dalam setiap lembaga yang terbentuk atas manusia-manusia (organ) yang mempunyai tanggung jawab masing-masing dan saling kolaborasi satu dengan yang lain sebagai sebuah sistem pastilah membutuhkan komunikasi yang bagus agar kinerja lembaga berlangsung dengan bagus pula, yang pada akhirnya sasaran lembaga dapat tercapai.

Jadi pada hakikatnya, komunikasi merupakan pertukaran ide pengetahuan yang dapat di sampaikan melalui beberapa cara yaitu lisan, tulisan, atau tanda-tanda dan kesepahaman, umpan balik (*feed back*) adalah aspek yang menjadi indikator, apakah informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik maka sasaran dari

proses komunikasi itu sendiri yakni menginformasikan, membujuk, memotivasi, bahkan mengubah dan membentuk suatu perilaku dapat dikatakan berhasil.

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Agar sebuah proses Komunikasi menjadi efektif, diperlukan unsur-unsur yang paling mendasar sebagai persyaratan terjadinya komunikasi. Terdapat tiga unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu:

1. Komunikator; manusia yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa individu atau kelompok;
2. Komunikan; manusia yang menerima pesan dari komunikator;
3. Saluran/Media; jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan. Setiap unsur tersebut mempunyai hubungan yang sangat erat dan saling terkait satu dan lainnya yang dapat menentukan kesuksesan dari sebuah komunikasi (Nurjaman & Umam, 2012).

Selanjutnya menurut “Effendy (2011) bahwa selain ketiga unsur tersebut, masih terdapat enam unsur-unsur komunikasi lainnya selain yang telah disebutkan Nurjaman dan Uman di atas. Jadi keseluruhannya terdapat sembilan unsur yang menjadi faktor-faktor kunci, yaitu: (1) *Sender* atau disebut komunikator adalah unsur yang menyampaikan pesan kepada sesama manusia atau sejumlah manusia; (2) *Encoding* atau disebut dengan penyandian adalah sebuah proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang; (3) *Message* atau disebut pesan adalah seperangkat lambang yang mempunyai makna yang disampaikan oleh komunikator; (4) Media adalah sebuah saluran komunikasi tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan; (5) *Decoding* adalah proses saat komunikator menyampaikan makna pada lambang yang ditetapkan komunikan; (6) *Receiver* ialah Komunikan yang menerima pesan dari komunikator; (7) *Response* merupakan sebuah tanggapan atau reaksi dari komunikan setelah menerima pesan; (8) *Feedback* merupakan sebuah umpan balik yang diterima komunikator dari komunikan; (9) *Noise* adalah gangguan yang tidak direncanakan namun terjadi selama proses

Komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator”.

2.1.2 Tinjauan Strategi

2.1.2.1 Pengertian Strategi

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang. Ditinjau dari asal usul katanya, Istilah strategi berasal dari kata Yunani *Strategia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.

Secara umum, strategi mempunyai pengertian yaitu sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Dalam menetapkan strategi, harus didahului oleh analisis kekuatan lawan yang meliputi jumlah personal, kekuatan, dan persenjataan, kondisi lapangan, posisi musuh dan lain sebagainya.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, kata strategi banyak diadopsi dan diberikan pengertian yang lebih luas dengan bidang ilmu atau kegiatan yang menerapkannya. Pengertian strategi tidak lagi terbatas pada konsep atau seni seorang jenderal di masa perang. Tetapi sudah berkembang pada tanggung jawab seorang pemimpin (Manajemen puncak).

“Menurut Clausewitz dalam Changara (2014:64) merumuskan strategi ialah suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”.

“Marthin-Anderson dalam Changara (2014:64) juga merumuskan strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan inteligensi/pikiran untuk

membawa semua sumberdaya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien”.

Strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran). Tetapi, strategi bukanlah sekedar suatu rencana. Strategi ialah rencana yang disatukan: strategi mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi itu menyeluruh: strategi meliputi semua aspek penting perusahaan. Strategi itu terpadu: semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian.

Beberapa pengertian tentang strategi :

“Menurut Sandra Oliver, *Strategy Public Relation*, mendefinisikan strategi sebagai sebuah cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi, ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Dia juga menggambarkan, strategi adalah jalan yang dipilih oleh organisasi untuk diikuti untuk mencapai misinya”

“Onong Uchjana Efendy, strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya”.

Peneliti memahami strategi sebagai suatu cara untuk mencapai suatu tujuan dengan hasil yang maksimal. Dengan strategi sebagai acuan maka setiap proses akan berjalan sesuai dengan strategi yang sudah ditentukan. Strategi bukan hanya sekedar cara untuk mencapai suatu rencana tetapi juga menjadikan rencana tersebut menjadi satu kesatuan yang utuh.

2.1.2.2 Tahapan-Tahapan Strategi

Strategi tidak cukup hanya perumusan konsep dan implementasi terhadap strategi tersebut melainkan, menurut Fred R David, dalam strategi juga dibutuhkan evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan berhasil atau tidak. Dalam teori manajemen *strategic* milik David mengemukakan tiga tahapan strategi, diantaranya:

a. Perumusan Strategi

Perumusan Strategi merupakan tahapan pertama dalam strategi. Dalam tahap ini para pencipta, perumus, penkonsep harus berpikir matang mengenai kesempatan dan ancaman dari luar perusahaan dan menetapkan kekuatan dan kekurangan dari dalam perusahaan, serta menentukan sasaran yang tepat. Menghasilkan strategi cadangan dan memilih strategi yang akan dilaksanakan. Dalam perumusan strategi berusaha menemukan masalah-masalah di dalam perusahaann. Setelah itu dilakukan analisis tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk keberhasilan menuju tujuan strategi tersebut.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi termasuk pengembangan budaya dalam mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengubah arah, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan system informasi yang masuk. Implementasi strategi sering di sebut sebagai tindakan dalam strategi karena implementasi berarti memobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan untuk menjadi tindakan. Menetapkan

tujuan, melengkapi kebijakan, mengalokasikan sumber daya dan mengembangkan budaya yang mendukung strategi merupakan usaha yang dilakukan dalam mengimplementasikan strategi. Implementasi yang sukses memerlukan dukungan disiplin, motivasi, dan kerja keras. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat dan organisasi.

c. Evaluasi Strategi

Tahapan terakhir ini merupakan tahapan yang diperlukan karena dalam tahap ini keberhasilan yang telah dicapai dapat di ukur kembali untuk penetapan tujuan berikutnya. Ada tiga aktifitas mendasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

1. Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Perbedaan yang ada akan menjadi penghalang dalam meraih tujuan yang diharapkan, begitu juga dengan factor internal seperti aksi dari strategi yang tidak efektif dapat menghasilkan nilai akhir yang tidak sesuai dengan yang ingin diraih.
2. Mengukur prestasi atau membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan. Dalam proses ini dilakukan dengan mencari tau tentang ketidaksesuaian dari rencana, melihat kembali prestasi diri dan memahami kemajuan yang dibuat kearah pencapaian tujuan yang dinyatakan.
3. Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai rencana. Dalam proses ini tidak diperuntukan mengubah

strategi yang sudah di rencanakan atau tidak lagi menggunakan strategi yang ada. Tindakan koreaktif ini dianjurkan apabila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan sejarah, pengertian komunikasi berasal dari Bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*To make common*). Komunikasi menurut Bahasa (etimologi) dalam “Ensiklopedia Umum”. diartikan dengan “perhubungan”, sedangkan yang terdapat dalam buku komunikasi berasal dari perkataan lain, yaitu:

- A. *Communicare*, yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan.
- B. *Communis*, yang berarti milik bersama ataupun berlaku di mana mana
- C. *Communis Opinion*, yang berarti pendapat umum ataupun pendapat mayoritas
- D. *Communico*, yang berarti membuat sama.
- E. Demikian juga *Communication*, yang berarti sama. Sama disini maksudnya sama makna.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2011:9). Menurut Effendy komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain

untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Kata Komunikasi artinya umum karena kesamaan pemahaman merupakan komponen esensial dari semua jenis komunikasi. Jadi komunikasi dapat didefinisikan sebagai:

"Proses yang dengannya dua atau lebih manusia bertukar pemikiran, gagasan, fakta, perasaan atau kesan dengan cara masing-masing yang menguntungkan pemahaman tentang pesan ". Komunikasi merupakan nafas dari keberlangsungan sebuah organisasi. Suatu organisasi tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan komunikasi. Hal tersebut yang melatarbelakangi beberapa studi tentang komunikasi organisasi. Dimana komunikasi organisasi sendiri merupakan suatu jaringan komunikasi antar manusia yang saling bergantung satu sama lainnya dalam konteks organisasi. Istilah komunikasi ini berasal dari bahasa Latin yakni *communicare* yang berarti menyebarluaskan. Istilah komunikasi ini berasal dari bahasa Latin yakni *communicare* yang berarti menyebarluaskan atau memberitahukan. Dalam bahasa Inggris, istilah yang memiliki makna yang identik dengan *communicare* adalah *communication* yang boleh dimaknai sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang yang di mana mengandung arti. Dari istilah bahasa Inggris, *communication* inilah yang kemudian menjadi kata komunikasi yang bermakna sebagai suatu kegiatan untuk menyampaikan ide, opini, pikiran, dan gagasan dari seseorang kepada orang lain" menurut Effendy, (2011 dalam Purba et al., 2020)

"Selanjutnya terdapat Definisi komunikasi lainnya, yakni komunikasi adalah kata yang melingkupi setiap pola interaksi manusia dengan manusia lain yang berbentuk dialog biasa, membujuk, melatih, dan kompromi" (Nurjaman & Umam, 2012)"

Di dalam setiap lembaga yang terbentuk atas manusia-manusia (organ) yang mempunyai tanggung jawab masing-masing dan saling kolaborasi satu

dengan yang lain sebagai sebuah sistem pastilah membutuhkan komunikasi yang bagus agar kinerja lembaga berlangsung dengan bagus pula, yang pada akhirnya sasaran lembaga dapat tercapai.

Jadi pada hakikatnya, komunikasi merupakan pertukaran ide pengetahuan yang dapat di sampaikan melalui beberapa cara yaitu lisan, tulisan, atau tanda-tanda dan kesepahaman, umpan balik (*feed back*) adalah aspek yang menjadi indikator, apakah informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik maka sasaran dari proses komunikasi itu sendiri yakni menginformasikan, membujuk, memotivasi, bahkan mengubah dan membentuk suatu perilaku dapat dikatakan berhasil.

2.1.3 Tinjauan Strategi Komunikasi

2.1.3.1 Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana aktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis, harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Hafied Changara, 2013: 64).

“Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dan proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Lalu sebenarnya, strategi komunikasi menurut Liliweri (2010:240) adalah:

- 1) Strategi komunikasi mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
- 2) Strategi komunikasi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasar satu pilihan (keputusan) dan beberapa opsi komunikasi.
- 3) Strategi komunikasi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan kongkrit dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi
- 4) Strategi komunikasi berperan memfasilitasi perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

Menurut Changara (2014:64) :

“Bahwa dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumberdaya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang dicapai”

Sedangkan Menurut,Rogers dalam Changara (2014 : 64) :

"Memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkahlaku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat defenisi dengan menyatakan bahwa starategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dalam semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.

2.1.3.2 Fungsi Strategi Komunikasi

Berhasil tidaknya komunikasi bergantung pada strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi komunikasi media massa dalam bentuk apapun, atau bahkan lembaga-lembaga yang mengikutsertakan komunikasi akan berpengaruh pada hasil yang negative. Dengan demikian secara

makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda:

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat *informative, persuasive,* dan *instruktif* secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkan media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai- nilai budaya.

Secara sentral, tujuan strategi komunikasi yang dituturkan oleh R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques For Effective Communications*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama, yaitu:

- a. *To secure understanding*
- b. *To establish acceptance*
- c. *To motivate action.*

Tiga tujuan ini sangat berkaitan erat, karena pertama *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus di bina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan di motivasikan (*to motivate action*).

2.1.3.3 Tahapan Strategi Komunikasi

Seperti yang telah dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa “Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan”, maka tahapan yang digunakan adalah perpaduan model tahapan perencanaan komunikasi dan tahapan manajemen untuk dapat digunakan dalam penelitian ini. Bambang Hariadi dalam buku “Manajemen Strategi” mengatakan:

“Proses strategi manajemen pada dasarnya meliputi tiga langkah utama, yaitu : perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi (Dr. Qudrat Nugraha, 2019)”.

“Perencanaan dan Strategi Komunikasi menyebutkan tahapan perencanaan komunikasi meliputi lima tahapan, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Pelaporan” (Cangara, 2014:76)

a. Penelitian (*Research*)

Sebuah organisasi atau Lembaga memerlukan tenaga spesialis yang berfungsi untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti keperluan pencitraan perusahaan atau kegiatan kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui *problematic* yang dihadapi sebuah lembaga. *Problematic* bisa dalam bentuk wabah penyakit yang akan menyerang anggota masyarakat, kerugian perusahaan, ketidakpercayaan terhadap organisasi dan lain sebagainya. Dalam tahapan penelitian dapat diartikan juga sebagai tahapan dalam menemukan fakta. Tahapan ini bertujuan untuk mencari fakta atau permasalahan yang terjadi untuk dijadikan

bahan rumusan membuat strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuannya.

b. Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan sama dengan perumusan, yaitu proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk menetapkan tujuan strategis, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, dalam tahap perumusan diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), dan efek yang diharapkan. Sumber atau komunikator disini adalah individu atau lembaga yang bersifat sebagai pemberi pesan yang berupa informasi atau penyuluhan. Selanjutnya media adalah perantara yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada sasaran yang ingin dituju, yaitu komunikannya. Sasaran dari tahap perumusan bisa berupa masyarakat luas atau kelompok tertentu, dengan tujuan memperoleh efek yang diharapkan.

c. Pelaksanaan (*Execute*)

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi rumusan strategi yang telah dibuat. Tahap pelaksanaan dalam sebuah lembaga berarti pengorganisasian seluruh divisi-divisi di perusahaan tersebut untuk menjalankan rumusan yang telah disepakati. Tahap pelaksanaan bisa dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, pemasangan baliho atau spanduk di jalanan, dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk

bertatap muka dengan komunitas dilokasi yang menjadi target sasaran. Inti dari tahap pelaksanaan hanya satu, yaitu untuk menyebarkan informasi kepada seluruh target sasaran yang telah ditetapkan dalam rumusan.

d. Evaluasi (*Measure*)

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan, apakah kinerja sesungguhnya sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Seperti apakah media yang digunakan efektif untuk digunakan sebagai implementasi strategi tersebut, apakah tujuan dari strateginya tercapai, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan. Tahap evaluasi sangat penting untuk dilakukan karena bila strategi itu berjalan dengan baik maka strategi itu bisa dipakai pada masalah-masalah berikutnya, tetapi bila ada kekurangan bisa di perbaiki untuk pembelajaran kedepannya.

e. Pelaporan (*Report*)

Pelaporan ialah tindakan terakhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan kegiatan. Jika dalam laporan itu diperoleh hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya. Tapi jika dalam program itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa

dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi atau memodifikasi program yang akan dilakukan.

2.1.3.4 Langkah- Langkah Strategi Komunikasi

Pada dasarnya, menurut Liliweri (2010:250) strategi komunikasi itu harus dimulai dengan beberapa poin, antara lain sebagai berikut :

1) Mengidentifikasi visi dan misi Visi

merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang mengandung tujuan, saran dan cita-cita ideal komunikasi. Dan rumusan itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.

2) Menentukan program dan kegiatan

Program dan kegiatan adalah serangkaian aktifitas yang harus dikerjakan. Program dan kegiatan merupakan penjabaran dan misi.

3) Menentukan tujuan dan hasil

Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.

4) Seleksi audiens yang menjadi sasaran

Perencana komunikasi menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi.

5) Mengembangkan pesan

Kriterianya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi (content) khusus yang jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai

audiens, tampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat atau menentukan tindakan tertentu.

6) Identifikasi pembawa pesan (tampilan komunikator)

Kriteria komunikator antara lain kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, profesional dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu.

7) Mekanisme komunikasi/media

Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang mudah diakses atau yang paling disukai audiens. Misalnya melalui radio, koran dan leaflet.

8) Scan konteks dan persaingan

Kriterianya adalah menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens.

2.1.3.5 Tujuan Strategi Komunikasi

Ada beberapa tujuan strategi komunikasi (Maulana, 2013) Di dalam buku Komunikasi Serba Makna, adalah sebagai berikut :

a. Memberitahu (*announcing*)

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah *announcing* yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

b. Memotivasi (*motivating*)

Setiap informasi yang akan disebarkan kepada masyarakat haruslah memberi sebuah motivasi kepada masyarakat untuk mencari dan mendapatkan sesuatu dari apa yang diberitakan.

c. Mendidik (*educating*)

Tujuan komunikasi yang berikutnya adalah *educating*. Tiap informasi yang diberikan harus diberikan dalam kemasan *educating* atau yang bersifat mendidik.

Sedangkan menurut, (Liliweri Alo, 2011:248) :

a. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan, atau motivasi semata-mata tetapi mengandung unsur pendidikan. Ini yang disebut dengan *strategy of informing*.

b. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Strategi komunikasi terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasikan, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.

2.1.3.6 Prinsip-Prinsip Strategi Komunikasi

Menurut Liliweri (2010:256), prinsip-prinsip dan strategi komunikasi juga berperan penting dalam penerapan strategi komunikasi. Prinsip-prinsip tersebut yaitu:

- 1) *Integrate*, Adalah proses untuk menggabungkan berbagai aktifitas yang berkaitan dengan satu program komunikasi.
- 2) *Straight forward*. Katakanlah ini pada semua orang, kejujuran menyertai perjalanan kita. Inilah perjuangan masa depan.
- 3) *Succinct*, adalah pesan strategis, umumnya pendek dan sederhana. Target segment, Yaitu tetapkan segmen yang akan menjadi sasaran.
- 4) *Personalia*, Adalah bantuan para pekerja untuk mengerti dampak personal. Pertanyaan yang esensi dan setiap komunikasi membutuhkan jawaban “apa yang saya dapat dari komunikasi ini”.

- 5) *Memorable*, Adalah buatan ukuran terhadap hasil komunikasi yang akan kita lakukan, misalnya para pekerja dapat melakukan kegiatan komunikasi 100 kali setiap hari.
- 6) *Multimedia*, Yaitu dengan menggunakan metode dan media massa yang bervariasi, departemen pemasaran anda dapat mengerjakan anda tentang komunikasi dengan media ini.
- 7) *Be Realistic*, Yaitu hendaklah realistis, tentukan dimata tempat bagi orang-orang yang akan bertemu dengan anda.
- 8) *Be Result* adalah orientasi kerja komunikasi yang efektif.

Pada bagian akhir dan strategi komunikasi tersebut, terdiri dari 4 tahapan/jenis kegiatan yaitu:

- 1) Mendukung komunikasi terutama pada level kepemimpinan
- 2) Melengkapi sumber daya
- 3) Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi Melibatkan staff pada semua level untuk memberikan dukungan dan integrasi

2.1.4 Tinjauan Pemerintah Desa

2.1.4.1 Pemerintahan Desa

Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul dan adat-istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pemerintah adalah proses, cara, perbuatan pemerintah yang berdasarkan demokrasi, gubernur memegang tampuk di daerah tingkat 1, segala urusan yang dilakukan oleh Negara dalam menyelenggarakan kesejahteraan masyarakat dan kepentingan Negara. Jadi pemerintah adalah badan yang melakukan kekuasaan untuk memerintah, sehingga dia mempunyai kekuasaan dan kewenangan untuk mengatur, mengarahkan, membina, dan membimbing warganya ke arah pencapaian tujuan tertentu. Dari pemaparan pemerintahan dan desa diperoleh pengertian baru yaitu pemerintah desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintah oleh pemerintah desa dan Badan Permusyawaratan Desa dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem

Pemerintahan Negara Republik Indonesia. Pemerintahan desa adalah keanekaragaman, partisipasi, otonomi asli, demokratisasi dan pemberdayaan masyarakat. Penyelenggaraan pemerintah desa merupakan subsistem dari sistem penyelenggaraan pemerintahan, sehingga desa memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus masyarakatnya sendiri. Pemerintah desa sebagai unit lembaga pemerintahan yang paling dekat dengan masyarakat diharapkan mampu menjalankan roda pemerintah desa dengan sungguh-sungguh dan mampu mengubah taraf hidup masyarakat ke arah yang lebih sejahtera, adil, aman, dan damai. Penyelenggaraan pemerintahan desa tidak terpisahkan dari penyelenggaraan otonomi daerah dan pemerintahan desa dimana merupakan unit terdepan (ujung tombak) dalam pelayanan kepada masyarakat menjadi tonggak strategis untuk keberhasilan semua program.

Desa menurut H.A.W. Widjaja (2003:3) dalam bukunya yang berjudul

Otonomi desa:

“Bahwa desa menyatakan , desa adalah sebagai kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai susunan asli berdasarkan hak asal-usul yang bersifat istimewa. Landasan pemikiran mengenai pemerintah desa adalah keanekaragaman, partisipasi, otonomi asli, demokratisasi dan pemberdayaan masyarakat. Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal-usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan negara Kesatuan Republik Indonesia”

Pasal 1 angka 2 Undang-Undang 6 Tahun 2014 tentang Desa menyebutkan bahwa Pemerintahan Desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dalam pengertian lain, menyebutkan bahwa Pemerintah Desa atau Pemdес merupakan lembaga pemerintah yang memiliki tugas mengelola wilayah tingkat desa.

Pemerintahan dalam pengertian yang sempit ialah segala aktivitas, tugas, fungsi, dan kewajiban yang dijalankan oleh lembaga yang berwenang mengelola dan mengatur jalannya sistem pemerintahan negara untuk mencapai tujuan negara. Hirarki pemerintahan di Indonesia mulai dari pemerintah pusat, provinsi, kabupaten/kota sampai desa. Dalam perjalanan ketatanegaraan Indonesia, sistem pemerintahan desa mulai coba diseragamkan lewat UU No. 5 Tahun 1979 tentang Desa, dan kemudian diatur dalam UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah daerah.

Pasal 23 UU desa menyebutkan dengan tegas bahwa Pemerintahan Desa diselenggarakan oleh Pemerintah Desa, dengan berdasarkan asas-asas yang juga secara tegas telah disebutkan dalam Pasal 24 UU desa yakni

- a. Asas kepastian hukum;
- b. Asas tertib penyelenggaraan pemerintahan;
- c. Asas tertib kepentingan umum;
- d. Asas keterbukaan;
- e. Asas proporsionalitas;
- f. Asas profesionalitas
- g. Asas akuntabilitas;
- h. asas efektivitas dan efisiensi;
- i. asas kearifan lokal;
- j. asas keberagaman; dan
- k. asas partisipatif.

2.1.5 Tinjauan Partisipasi Masyarakat

2.1.5.1 Pengertian Partisipasi Masyarakat

Menurut Aprillia Theresia partisipasi adalah keikutsertaan seseorang atau sekelompok anggota masyarakat dalam suatu kegiatan.

Isbandi Rukminto Adi berpendapat bahwa :

“Partisipasi adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya menangani masalah, dan keterlibatan masyarakat

dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi. Britha Mikkelsen, mendefinisikan partisipasi menjadi 6 arti yaitu :

- a. Partisipasi adalah kontribusi sukarela dari masyarakat kepada proyek tanpa ikut serta dalam pengambilan keputusan.
- b. Partisipasi adalah pemekaan pihak masyarakat untuk meningkatkan kemauan menerima dan kemampuan untuk menanggapi proyek-proyek pembangunan.
- c. Partisipasi adalah suatu proses yang aktif, yang mengandung arti bahwa orang atau kelompok yang terkait, mengambil inisiatif dan menggunakan kebebasannya untuk melakukan hal itu.
- d. Partisipasi adalah pemanfaatan dialog antara masyarakat setempat dengan staf yang melakukan persiapan, pelaksanaan, monitoring proyek, agarsupaya memperoleh informasi mengenai konteks lokal, dan dampak- dampak sosial.
- e. Partisipasi adalah keterlibatan sukarela oleh masyarakat dalam perubahan yang ditentukannya sendiri.
- f. Partisipasi adalah keterlibatan masyarakat dalam pembangunan diri, kehidupan, dan lingkungan mereka.
- g. Partisipasi adalah keterlibatan masyarakat dalam pembangunan diri, kehidupan, dan lingkungan mereka

Berkaitan dengan partisipasi dalam pemberdayaan masyarakat,

Bintoro Tjokoromidjojo menjelaskan bahwa:

- a. Keterlibatan aktif atau partisipasi masyarakat dapat berarti dalam proses penentuan arah, strategi dan kebijaksanaan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah.
- b. Keterlibatan dalam memikul beban dan tanggung jawab dalam pelaksanaan pembangunan. Ini bisa berupa sumbangan dalam mobilisasi sumber-sumber pembiayaan dalam pembangunan, kegiatan

produktif yang serasi, pengawasan sosial atas jalannya pembangunan dan lain-lain

- c. Keterlibatan dalam memetik hasil dari pembangunan secara berkeadilan. Bagian-bagian daerah atau golongan masyarakat tertentu dapat ditingkatkan keterlibatannya dalam bentuk kegiatan produktif melalui perluasan kesempatan-kesempatan dan pembinaan tertentu.

Dapat penulis simpulkan partisipasi masyarakat adalah Suatu tindakan keikutsertaan masyarakat didalam kegiatan pembangunan desa untuk terlaksananya pembanguann desa yang efektif dilakukan dengan musyawarah agar sesuai dengan prosedur yang ada dan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan.

2.1.5.2 Konsep Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Bornby dalam Mardikanto dan Soebiato (2016:71) mengatakan

“Partisipasi adalah tindakan untuk mengambil bagian yaitu kegiatan atau pernyataan untuk mengambil bagian dari kegiatan dengan maksud memperoleh manfaat”

Kemudian Theodorson dalam Mardikanto dan Soebiato (2016:71) :

“Mengatakan bahwa partisipasi merupakan keikutsertaan seseorang dalam kelompok sosial untuk mengambil bagian dari kegiatan masyarakatnya, diluar pekerjaan dan propesinya sendiri. Kegiatan tersebut dilakukan sebagai akibat dari terjadinya interaksi sosial antara individu yang bersangkutan dengan anggota masyarakat yang lain”

Sedangkan Mardikanto dan Soebiato (2016:72) :

“Bahwa dalam kegiatan pembangunan, partisipasi masyarakat merupakan perwujudan dari kesadaran dan peduliian serta tanggung jawab masyarakat terhadap pentingnya pembangunan yang bertujuan untuk memperbaiki mutu hidup mereka, artinya melalui partisipasi yang diberikan, berarti benar-benar menyadari bahwa kegiatan pembangunan bukanlah sekedar kewajiban yang harus dilaksanakan oleh (aparap) pemerintah sendiri tetapi juga menurut keterlibatan masyarakat yang akan diperbaiki mutu hidupnya”

YADAV dalam Mardikanto dan Soebiato (2016:72) mengatakan bahwa ada 4 macam kegiatan yang menunjukkan partisipasi masyarakat di dalam kegiatan pembangunan, yaitu:

- a) Partisipasi dalam pengambilan keputusan
- b) Partisipasi dalam pelaksanaan kegiatan
- c) Partisipasi dalam pemantauan dan evaluasi pembangunan
- d) Partisipasi dalam pemanfaatan hasil pembangunan

Dusseldorp dalam Mardikanto dan Soebiato (2016:84) :

“Mengidentifikasi beragam bentuk-bentuk kegiatan partisipasi yang dilakukan oleh setiap warga masyarakat dengan berupa:

- e) Menjadi anggota kelompok-kelompok masyarakat
- f) Melibatkan diri pada kegiatan diskusi kelompok
- g) Melibatkan diri pada kegiatan-kegiatan organisasi untuk menggerakkan partisipasi masyarakat yang lain.
- h) Menggerakkan sumberdaya masyarakat.
- i) Mengambil bagian dalam proses pengambilan keputusan.
- j) Memanfaatkan hasil-hasil yang dicapai dari kegiatan masyarakatnya”.

2.1.5.3 Macam-Macam Partisipasi Masyarakat

Menurut Cohen dan Uphoff (dalam Irene, 2015:61) : “Partisipasi dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu :

- 1) Partisipasi dalam pengambilan keputusan
Partisipasi jenis ini berkaitan dengan penentuan alternatif dengan masyarakat untuk menuju kata sepakat tentang berbagai gagasan yang menyangkut kepentingan bersama. Partisipasi jenis ini sangat penting karena masyarakat menuntut ikut menentukan arah dan orientasi pembangunan. Adapun wujud partisipasi dalam pengambilan keputusan ini bisa bermacam-macam seperti: hadir rapat, diskusi, sumbangan pemikiran, tanggapan atau penolakan terhadap program yang ditawarkan.
- 2) Partisipasi dalam pelaksanaan
Partisipasi jenis ini merupakan lanjutan dari rencana yang telah disepakati sebelumnya, baik yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, maupun tujuan. Dalam pelaksanaan program sangat dibutuhkan keterlibatan berbagai unsur, khususnya pemerintah dalam kedudukannya sebagai fokus atau sumber utama pembangunan.
- 3) Partisipasi dalam pengambilan manfaat
Partisipasi jenis ini tidak terlepas dari kualitas maupun kuantitas dari hasil pelaksanaan program yang bisa dicapai. Dari segi kuantitas, keberhasilan suatu program akan ditandai dengan adanya peningkatan output. Sedangkan dari segi kualitas dapat dilihat seberapa besar prosentase keberhasilan program yang

dilaksanakan, apakah sesuai dengan target yang telah ditetapkan atau tidak.

4) Partisipasi dalam evaluasi

Partisipasi jenis ini berkaitan dengan masalah pelaksanaan program secara menyeluruh. Partisipasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan program telah sesuai dengan rencana yang ditetapkan atau ada penyimpangan”.

2.1.6 Tinjauan Pembangunan Desa

2.1.6.1 Konsep Pembangunan Desa

Pada hakekatnya, pengertian pembangunan secara umum adalah proses perubahan yang terus menerus untuk menuju keadaan yang lebih baik berdasarkan norma-norma tertentu. Mengenai pengertian pembangunan, para ahli memberikan definisi yang bermacam-macam seperti halnya perencanaan. Istilah pembangunan bisa saja diartikan berbeda oleh satu orang dengan orang lain, daerah yang satu dengan daerah lainnya, Negara satu dengan Negara lain. Namun secara umum ada suatu kesepakatan bahwa pembangunan merupakan proses untuk melakukan perubahan (Riyadi dan Deddy Supriyadi Bratakusumah, 2005).

“Memberikan pengertian tentang pembangunan sebagai “suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana dan dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, Negara dan pemerintah, menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa” (Menurut Siagian, 2005:4)

Pada hakekatnya pembangunan merupakan suatu kegiatan yang disengaja antara pemerintah dan melibatkan peran serta masyarakat dalam menuju usaha modernitas dengan perencanaan yang arah.

Pembangunan Desa merupakan pemanfaatan hasil pembangunan fisik desa yaitu dengan membangun atau memperbaiki prasarana jalan desa akan menciptakan atau memperbaiki kehidupan masyarakat desa. Dengan adanya pembangunan prasarana jalan, masyarakat dapat menggunakan jalan tersebut dengan berbagai kebutuhan yang mereka perlukan, seperti melakukan mobilitas, pemasaran hasil pertaniannya, mangangkut hasil pertanian agar lebih mudah. Pembangunan desa,

bukan yang hal baru lagi, yang bertujuan untuk menuntaskan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan.

2.1.6.2 Tujuan Pembangunan Desa

Tujuan pembangunan yang dilaksanakan di setiap desa harus sesuai dengan apa yang dihadapi di desa tersebut, potensi yang dimiliki, serta aspirasi dan prioritas masyarakat pedesaan.

Tujuan pembangunan pedesaan secara jelas adalah terciptanya kawasan pedesaan yang mandiri, berwawasan lingkungan, selaras, serasi, dan bersinergi dengan kawasan-kawasan lain melalui pembangunan holistik dan berkelanjutan untuk mewujudkan masyarakat yang damai, demokratis, berkeadilan, berdaya saing, maju dan sejahtera. Sasaran pembangunan pedesaan adalah terciptanya:

1. Peningkatan produksi dan produktivitas
2. Percepatan pertumbuhan desa
3. Peningkatan keterampilan dalam berproduksi dan pengembangan lapangan
4. kerja dan lapangan usaha produktif.
5. Peningkatan prakarsa dan partisipasi masyarakat.
6. Perkuatan kelembagaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Fokus penelitian ini mengarah kepada Langkah strategi komunikasi yang dilakukan Pemerintahan Desa Padasuka meliputi 5 hal yaitu : penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, pelaporan. Dalam pengumpulan data

menggunakan Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Pada sektor pemerintahan desa, khususnya pada masyarakat desa Padasuka kurangnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa, kurangnya kesadaran masyarakat dalam pembangunan desa.

Dari permasalahan dan kondisi tersebut maka peneliti berharap hasil akhir dari penelitian ini Untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi aktif masyarakat terhadap pembangunan P3A (Perkumpulan Petani Pemakai Air) Padasuka Kecamatan Kutawaringin

Dalam teori menurut Hafied Changara 2017 : 72 ada lima langkah Strategi komunikasi :

1. Penelitian

Pada penelitian ini bermaksud untuk mengetahui komunikasi pemerintahan aparatur desa yang dilakukan untuk mengajak berpartisipasinya masyarakat dalam pembangunan Desa Padasuka. Masalahnya berupa kurangnya kesadaran masyarakat akan keikutsertaan dalam partisipasi pembangunan P3A (Perkumpulan Petani Pemakai Air) Desa Padasuka.

2. Perencanaan

Pada perencanaan ini pemerintahan Desa Padasuka bermaksud untuk mengetahui rencana apa yang akan dilakukan terhadap faktor yang mempengaruhi kurangnya kesadaran serta keikutsertaan masyarakat dalam pembangunan P3A (Perkumpulan Petani Pemakai Air) Desa Padasuka.

3. Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini yaitu pemerintah Desa Padasuka sudah merencanakan membuat program pembangunan P3A (Perkumpulan Petani Pemakai Air) untuk masyarakat agar terlibat dalam proses pembangunannya.

4. Evaluasi

Pada evaluasi ini adalah hasil akhir dari pelaksanaan yang dilakukan terhadap masalah yang ada. Misalnya apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang telah dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan.

5. Pelaporan

Pada pelaporan ini adalah Tindakan akhir dari perencanaan yang dilakukan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan pertimbangan. Jika dalam laporan hasil yang positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat digambarkan kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran