

# STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK OPINION LEADER DALAM DIFUSI PROGRAM PEMBANGUNAN DAN PENGEMBANGAN LEMBAGA LOKAL DI PEDESAAN

*by Selly Oktarina Sarwititi Sarwoprasodjo*

---

**Submission date:** 31-May-2023 11:49AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2105762353

**File name:** 15\_opinion\_leader\_2018.pdf (258.5K)

**Word count:** 4788

**Character count:** 32950

## STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK *OPINION LEADER* DALAM DIFUSI PROGRAM PEMBANGUNAN DAN PENGEMBANGAN LEMBAGA LOKAL DI PEDESAAN

### [Opinion Leader Political Communication Strategy in Diffusion Development Program and Development of Local Institutions in Rural]

Selly Oktarina<sup>1)</sup> dan Sarwititi Sarwoprasodjo<sup>2)</sup>

1)Program Studi Agribisnis Universitas Sriwijaya

2)Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan Institut Pertanian Bogor

Alamat Email : sellymus@yahoo.com

#### ABSTRACT

Politics has entered almost every level of society in urban and rural areas. Previously, rural people is very taboo with "politics", but technological advances can be happen. Diffusion of development program, people in rural need someone who can be trusted about the issue of development. One of the political actors who have good credibility <sup>30</sup> the opinion leader in convincing about development program and development of local institution in rural. The aims of this research are to describe 1) public opinion of rural community, 2) opinion leader political communication strategy in diffusion of development program and 3) opinion leader communication strategy in the development of local <sup>31</sup> institutions in rural. This study uses literature review that related to the topic and described in a descriptive. The results of this research indicate that people in rural areas consider <sup>that</sup> development programs still tend to be political because based on intervention and interests in others that local institutions are formed still tend to be a formality. The political communication strategy of opinion leader in the diffusion of development program is 1) interactive communication, 2) political communication in propaganda, 3) communication of political awareness. Opinion leader communication strategy in local institution development is 1) conducting campaign of importance local institution, 2) forming and improving image of local institution, 3) keep harmony among stakeholders, 4) improving performance of change agents..

**Keywords:** interactive, propaganda, campaign, image, stakeholder.

#### ABSTRAK

Politik sudah memasuki hampir setiap lapisan masyarakat dan berbagai isu yang ada baik di perkotaan maupun di pedesaan. Sebelumnya, bagi masyarakat pedesaan masih sangat tabu dengan namanya "politik", akan tetapi dengan kemajuan teknologi hal ini dapat terjadi. Untuk meyakinkan masyarakat di pedesaan <sup>30</sup> itu saja membutuhkan seseorang yang dapat dipercaya mengenai isu pembangunan yang sedang berkembang. Salah satu aktor politik yang memiliki kredibilitas baik adalah <sup>31</sup> opinion leader (pemuka pendapat) dalam meyakinkan masyarakat di pedesaan mengenai program pembangunan dan pengembangan lembaga tani di pedesaan.. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan opini publik masyarakat pedesaan, strategi komunikasi opinion leader dalam difusi program pembangunan dan strategi komunikasi opinion leader dalam pengembangan lembaga tani di pedesaan. Penelitian ini menggunakan studi literatur yang berkaitan dengan topik dan diuraikan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat di pedesaan menganggap bahwa program pemerintah masih cenderung bersifat politik karena berdasarkan intervensi dan kepentingan serta lembaga tani yang terbentuk masih cenderung bersifat formalitas saja. Strategi komunikasi politik opinion leader dalam difusi program pembangunan adalah dengan melakukan 1) komunikasi interaktif, 2) komunikasi politik berupa propaganda, 3) komunikasi penyadaran politik. Untuk strategi komunikasi opinion leader dalam pengembangan lembaga tani di pedesaan adalah dengan cara 1) melakukan kampanye pentingnya lembaga tani, 2) membangun dan memperbaiki citra lembaga tani, 3) menjaga keharmonisan antar stakeholder terkait, 4) meningkatkan kinerja agen perubahan..

**Kata Kunci:** interaktif, propaganda, kampanye, citra, stakeholder.

## PENDAHULUAN

Berbicara tentang komunikasi politik, tidak terlepas dari keberadaan orang di perkotaan atau pedesaan. Seperti kita ketahui bahwa politik sudah memasuki semua lapisan mulai rakyat kecil di pedesaan hingga orang-orang berkuasa yang berdomisili di perkotaan. Hal ini dapat kita lihat pada pembangunan pertanian di pedesaan. Pembangunan pertanian dari dulu hingga sekarang terus digalakkan hal inilah yang menjadi alasan untuk mendukung bahwa negara kita adalah negara agraris. <sup>33</sup> Salah satu cara yang dilakukan pemerintah adalah dengan membuat program-program pembangunan pertanian untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. Program pembangunan pertanian ini diberikan pada masyarakat pedesaan untuk dilaksanakan agar terjadi peningkatan produksi dan perubahan perilaku petani. Keberhasilan program pembangunan tidak terlepas dari adanya partisipasi masyarakat setempat dan peran kelembagaan tani yang ada.

Dalam kegiatan pembangunan pertanian, potensi kelembagaan baik lokal dan elit lokal perlu dikembangkan fungsi dan perannya untuk menumbuhkan dan meningkatkan partisipasi masyarakat (Nasution, 2009). Partisipasi masyarakat merupakan syarat mutlak agar program pembangunan dapat mencapai hasilnya. Partisipasi menurut Conyers (1984) dalam Servaes (2006), ada tiga alasan utama

mengapa partisipasi mempunyai sifat penting dalam pembangunan. Alasan pertama, partisipasi merupakan suatu alat guna memperoleh informasi mengenai suatu kondisi, kebutuhan dan sikap masyarakat setempat yang tanpa kehadirannya program pembangunan serta proyek-proyek akan gagal. Alasan kedua yaitu masyarakat lebih mempercayai proyek atau program pembangunan jika merasa dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaannya, karena mereka akan lebih mengetahui seluk beluk dan akan mempunyai rasa memiliki terhadap proyek tersebut. Alasan ketiga yang mendorong partisipasi umum karena timbul anggapan bahwa merupakan suatu hak demokrasi bila masyarakat dilibatkan dalam pembangunan masyarakat mereka sendiri. Agar partisipasi masyarakat dapat timbul dalam pembangunan maka diperlukan strategi komunikasi didalamnya karena dengan adanya komunikasi politik maka semua keinginan dan pesan tersampaikan.

Opinion leader merupakan salah satu aktivis dalam komunikasi politik yang dianggap mampu meyakinkan masyarakat pedesaan. Melalui opinion leader maka program-program pembangunan dapat lebih mudah disebarkan pada semua lapisan masyarakat yang berada di pedesaan. Terkait salah satu peran yang dimainkan opinion leader tersebut maka sangat penting menjaga dan meningkatkan kredibilitas dari seorang opinion leader dalam melakukan difusi inovasi, menumbuhkan partisipasi petani

serta membina dan mengembangkan kelembagaan yang ada di desa tersebut.

Komunikasi pembangunan adalah proses interaksi seluruh warga masyarakat untuk tumbuhnya kesadaran dan menggerakkan partisipasi mereka dalam proses perubahan terencana, demi tercapainya perbaikan mutu hidup secara berkesinambungan dengan menggunakan teknologi atau menerapkan ide-ide yang sudah terpilih (Mardikanto, 1987). Dengan demikian, perlu ditemukan strategi komunikasi politik yang tepat agar program pembangunan dapat diterima masyarakat dan lembaga tani dapat dikembangkan sesuai fungsi masing-masing lembaga.

### 36 METODE PENELITIAN

Tulisan ini menggunakan studi literatur (*Literature Review*) dengan mencari referensi yang relevan dengan permasalahan yang ada. Menurut Bungin (2008) metode studi literatur adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial untuk menelusuri data historis. Studi literatur adalah cara yang dipakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penulisan. Studi literatur bisa didapat dari berbagai sumber, jurnal, buku dokumentasi, internet dan pustaka. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah data sekunder. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari jurnal, buku, dokumentasi, dan internet. Dokumentasi merupakan metode untuk mencari dokumen atau data-data yang

dianggap penting melalui artikel koran/majalah, jurnal, pustaka, brosur, buku dokumentasi serta melalui media elektronik yaitu internet, yang ada kaitannya dengan diterapkannya pada tulisan ini. Data-data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

16  
Komunikasi politik merupakan kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik (Nimmo, 2011). Hal senada dikemukakan oleh Anugrah, dkk (2015) mengenai pendefinisian komunikasi politik berdasarkan pandangan politik yang digunakan, adalah proses komunikasi yang menyangkut interaksi pemerintah dan masyarakat, dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang di suatu wilayah tertentu. Konsep sederhana tentang komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan politik dari aktor-aktor politik atau yang berkaitan dengan kekuasaan pemerintah dan kebijakan pemerintah.

15  
Komunikasi politik ini dapat dilihat pada peran para komunikator politik dalam melaksanakan kegiatannya. Menurut Riswandi (2009) menyatakan bahwa yang termasuk komunikator politik yaitu politisi, profesional dan aktivis. Dalam kelembagaan petani ini,

kita dapat melihat peran aktivis sebagai komunikator politik dalam sosok pemuka pendapat (*opinion leader*). Pemuka pendapat adalah komunikator politik utama dalam jaringan interpersonal yang berperan memberikan petunjuk dan meneruskan informasi politik dari media ke masyarakat umum/awam.

Karakteristik pemuka-pemuka opini ini bervariasi menurut tipe kelompok yang mereka pengaruhi. Jika pemuka opini yang terdapat dalam kelompok yang bersifat inovatif, maka biasanya mereka adalah orang yang lebih inovatif dibanding anggota kelompok meskipun seorang pemuka opini tidak selalu merupakan inovator atau orang yang pertama kali menerapkan inovasi. Sebaliknya, seorang pemuka opini dari kelompok yang konservatif juga merupakan orang yang memiliki karakter lebih konservatif dibanding anggotanya (Gonzales, 1993). Pada proses difusi, yaitu proses masuknya inovasi ke dalam suatu kelompok yang kemudian menimbulkan suatu perubahan perilaku, hampir semua pemuka-pemuka opini mendukung perubahan. Namun dalam kasus-kasus tertentu, tidak jarang para pemuka opini ini mempengaruhi penolakan atau menentang pengadopsian suatu inovasi (Widianti, 2012).

Sosok pemuka pendapat yang dapat kita temui di pedesaan adalah Kepala Desa dan Kontak Tani. Dimana Kepala Desa memiliki peran dalam mengkomunikasikan adanya program pembangunan pertanian ke masyarakat desa. Sejalan dengan hasil penelitian Anugrah dkk (2015), proses komunikasi politik dengan cara pengambilan

keputusan yang melibatkan aktor kunci. Adanya program pembangunan di pedesaan dapat dijadikan tempat untuk aktualisasi atau advokasi inovasi.

### Opini Publik

Opini publik adalah pendapat kelompok masyarakat yang diperoleh dari suatu diskusi sosial dari pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan. Opini Publik, yaitu kesatuan pendapat yang timbul dari sekelompok orang yang berkumpul secara spontan dan membicarakan isu yang kontroversial.

Terkait dengan isu yang ada di pedesaan khususnya program-program pembangunan, masyarakat cenderung menganggap bahwa program pemerintah merupakan suatu intervensi yang dianggap sebagai politik karena harus dilakukan oleh masyarakat desa. Terkait dengan program pembangunan tersebut, terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan petani.

Selain itu, program tersebut merupakan program yang terus ada karena setiap penggantian kepemimpinan. Dimana pemimpin desa, pihak terkait dan masyarakat melalui kesepakatan bersama untuk siap melaksanakan program pembangunan tersebut.

Lembaga tani yang ada hanya dijadikan sebagai alat politik saja, untuk sekedar mendapatkan bantuan dari pemerintah. Akan tetapi, tidak dilakukan pembinaan dan penyadaran terhadap pentingnya lembaga tani di pedesaan. Selain itu, Hadi (2011) menyatakan bahwa terlalu banyak kelompok yang dibentuk berdasarkan

keproyekan atau berdasarkan keperluan pelaksanaan program pembangunan.

### Strategi Komunikasi Politik dalam Difusi Program Pembangunan

Dalam konteks difusi inovasi program-program pembangunan, opinion leader yang ada di pedesaan dituntut dapat melaksanakan strategi komunikasi politik agar masyarakat dapat mendukung setiap program yang akan dilaksanakan di desa tersebut. Program pembangunan yang diharapkan adalah program yang dapat menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, sangat penting adanya modal sosial pada opinion leader yang terdiri dari rasa percaya (trust), jejaring sosial (network), hingga respon timbal balik yang lebih baik (resiprokal) di antara aktor lokal di dalamnya.

Komunikasi diartikan sebagai sebuah proses <sup>37</sup>penyampaian informasi, gagasan, emosi, <sup>21</sup>keahlian dari komunikator kepada komunikan melalui saluran atau media dengan menggunakan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain. Komunikasi politik adalah proses komunikasi yang menyangkut interaksi antara pemerintah/elit lokal/opinion leader dan masyarakat, dalam rangka proses pembuatan dan pengambilan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama bagi masyarakat di pedesaan. Dan <sup>10</sup>Nimmo (2008), menyebutkan bahwa *“Political communication communication is communication communication (activity) considered political by virtue of its consequences (actual or potential) which regulate human conduct under the condition of conflict.”*

Komunikasi politik pada dasarnya tidak terlepas dari adanya peranan media massa. Media massa dapat memberikan gambaran sejauh mana seluruh proses politik itu mampu terintegrasi dengan jaringan komunikasi sosial yang lebih luas. Melalui media massa seperti surat kabar, radio, maupun televisi ini pada umumnya terdapat informasi mengenai masalah-masalah politik yang ditujukan untuk masyarakat luas. Adanya informasi dalam media massa merupakan salah satu bentuk sosialisasi pada masyarakat terkait isu yang berkembang.

Strategi komunikasi politik yang dapat dilakukan oleh opinion leader adalah dengan cara melakukan pendekatan secara langsung pada masyarakat dengan menggunakan saluran komunikasi interpersonal pada kelompok formal dan non formal. Menurut Arumsari dkk (2017) menyatakan bahwa cara kepala desa melakukan pendekatan personal kepada warganya dengan cara ikut langsung, ikut dalam kegiatan pengajian-pengajian yang ada di setiap rukun warganya, bahkan kepala desa sering bergiliran untuk mendatangi perkumpulan ataupun pengajian yang sering dilakukan oleh masyarakat.

Strategi komunikasi politik tidak hanya tergantung pada pesan politik yang disampaikan akan tetapi juga tergantung pada ketokohan yang menyampaikan pesan tersebut. Adanya kredibilitas yang baik dari opinion leader, yaitu <sup>9</sup>dipercaya karena karakter dan moral yang baik di tengah-tengah masyarakat. Kepercayaan itu juga dapat tumbuh karena adanya keahlian atau kemampuan dan ketrampilan dalam

menyampaikan substansi pesan yang dikuasainya baik melalui pendidikan formal maupun non formal.

<sup>12</sup>Opinion leader menjadi salah satu unsur yang sangat mempengaruhi arus komunikasi. Khususnya di pedesaan berbagai perubahan dan kemajuan masyarakat sangat ditentukan oleh opinion leader. Misalnya pemimpin opini bisa berperan memotivasi masyarakat agar ikut serta secara aktif dalam pembangunan, untuk itulah selayaknya pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap pemuka pendapat ini. Bukan sebaliknya malah menjatuhkan opinion leader tersebut. Misalnya tentang kepercayaan masyarakat pada program pembangunan, selayaknya pemerintah memfungsikan peran opinion leader sebagai tokoh <sup>32</sup>sentral dalam pembangunan di pedesaan. Pemimpin opini (*opinion leaders*) memainkan peran dalam proses keputusan inovasi.

Adapun strategi komunikasi politik yang dapat dikembangkan opinion leader dalam difusi program pembangunan melalui tiga bentuk strategi komunikasi.

Pertama, komunikasi interaktif merupakan komunikasi yang dilakukan secara dua arah dimana <sup>13</sup>menggunakan saluran informal yang dibentuk secara swadaya oleh masyarakat desa. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hilbrink dan Lohman (1983) <sup>14</sup>menunjukkan bahwa model komunikasi interaktif ternyata hasilnya lebih efektif untuk digunakan sebagai salah satu strategi dalam mensosialisasikan program-program pembangunan di pedesaan, karena komunikasi interaktif tidak bersifat instruktif dan <sup>13</sup>penyampaiannya selalu dilewatkan

melalui lembaga-lembaga informal pedesaan yang bersifat swakelola. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratih Cs (1999) dalam Idris (2002) menunjukkan bahwa komunikasi interaktif ternyata berhasil secara efektif dalam hal memberikan pemahaman tentang pentingnya pembangunan, dan mampu menumbuhkan partisipasi positif bagi masyarakat pedesaan dalam pembangunan.

Dengan komunikasi interaktif antara opinion leader dan masyarakat dapat melakukan diskusi sehingga tidak ada unsur kecurigaan terhadap inovasi atau program pembangunan yang akan dilakukan di pedesaan.

Strategi <sup>7</sup>kedua adalah dengan melakukan <sup>7</sup>persuasi politik berupa propaganda. Propaganda adalah sebuah upaya disengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi alam pikiran atau kognitif, dan mempengaruhi langsung perilaku agar memberikan respon sesuai yang dikehendaki pelaku <sup>4</sup>propaganda. Propaganda diartikan sebagai <sup>4</sup>sebagai komunikasi yang digunakan oleh suatu kelompok terorganisasi yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-tindakan suatu massa yang terdiri dari individu-individu, dipersatukan secara psikologis melalui manipulasi psikologis dan digabungkan di dalam suatu organisasi. Hal ini bertujuan <sup>24</sup>untuk menanamkan opini baru dengan cara mengubah sikap dan perilaku orang dengan menggunakan kata-kata lisan dan tertulis <sup>27</sup>dengan usaha yang didasari untuk mengubah sikap, kepercayaan, atau perilaku orang melalui transmisi pesan.

Strategi ketiga dengan melakukan komunikasi penyadaran politik. Komunikasi politik dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran politik. Kesadaran politik berkaitan dengan pengetahuan, minat dan perhatian seseorang terhadap lingkungan masyarakat dan politik. Peningkatan pengetahuan dapat dilakukan melalui sosialisasi secara *face to face* maupun melalui media massa. Adanya kelompok-kelompok informal di masyarakat dapat juga difungsikan sebagai agen perubahan dalam masyarakat. Dalam kaitannya pelaksanaan komunikasi politik di perdesaan bukan hanya dapat dilakukan oleh pemuka masyarakat. Selain masuknya media massa di perdesaan, peranan kelompok informal dapat juga diberdayakan untuk membantu percepatan pendidikan politik rakyat. Lebih lanjut, tingkat kesadaran masyarakat akan partisipasi politiknya dapat dilihat dari perhatiannya terhadap masalah pembangunan di desanya (Budiharjo, 1985 dalam Aryanti, 2008).

Dalam komunikasi penyadaran politik ini diharapkan menghasilkan suatu keputusan (komitmen bersama) dari sebuah diskusi agar dapat berkontribusi dalam program-program pemerintah.

### Strategi Komunikasi Politik dalam Pengembangan Lembaga Lokal

Kelembagaan adalah keseluruhan pola-pola ideal, organisasi, dan aktivitas yang berpusat di sekeliling kebutuhan dasar seperti kehidupan keluarga, negara, agama dan mendapatkan makanan, pakaian, dan kenikmatan serta tempat perlindungan (Roucek dan Warren, 1984 dalam Anantayu, 2011). Kelembagaan petani adalah lembaga

petani yang berada pada kawasan lokalitas (*local institution*), yang berupa organisasi keanggotaan (*membership organization*) atau kerjasama (*cooperatives*) yaitu petani-petani yang tergabung dalam kelompok kerjasama (Uphoff, 1986 dalam anantayu 2011).

Istilah lembaga masyarakat dikenal dengan istilah asing yaitu *social institution*, ada juga yang menggunakan istilah pranata sosial menunjuk adanya unsur-unsur yang mengatur perilaku warga masyarakat. Menurut Koentjaraningrat (1977), mengatakan pranata sosial adalah suatu sistem tata kelakuan dan hubungan yang berpusat kepada aktivitas-aktivitas untuk memenuhi kompleks-kompleks kebutuhan khusus dalam kehidupan masyarakat.

Kelembagaan masyarakat terdapat dalam setiap masyarakat tanpa memerdulikan apakah masyarakat tradisional atau modern. Untuk memberikan suatu batasan, dapat dikatakan, kelembagaan masyarakat merupakan himpunan norma-norma segala tingkatan yang berkisar pada suatu kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat. Menurut Eaton (1986), ada tiga fungsi kelembagaan masyarakat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia, antara lain : (a) memberikan pedoman pada anggota masyarakat, misalnya bagaimana mereka harus bertingkah laku dalam menghadapi masalah-masalah dalam masyarakat, (b) menjaga keutuhan masyarakat dan (c) memberikan pegangan kepada masyarakat untuk melakukan sistem pengendalian sosial, artinya sistem pengawasan masyarakat terhadap tingkah laku anggota-anggotanya



(Nasution, 2009). Dalam hal ini, kelembagaan petani dilihat dari lembaga lokal dan elit lokal.

Lembaga lokal adalah lembaga yang terbentuk karena dibutuhkan berdasarkan spesifik lokasi. Dalam konteks kelembagaan, pemahaman terminologi “lokal” diinterpretasikan sebagai sesuatu yang memiliki karakteristik tersendiri yang berkaitan dengan kondisi setempat. Terminologi “lokal” meliputi dasar-dasar untuk melakukan tindak kolektif, energi untuk melakukan konsensus, koordinasi tanggung jawab, serta menghimpun, menganalisis dan mengkaji informasi. Hal-hal ini tidak terjadi secara otomatis, namun memerlukan kehadiran institusi yang bersifat spesifik lokasi. Fungsi organisasi dan lembaga lokal antara lain adalah: (a) Mengorganisir dan memobilisasi sumberdaya; (b) Membimbing stakeholder pembangunan dalam membuka akses ke sumberdaya produksi; (c) Membantu meningkatkan sustainability pemanfaatan sumberdaya alam; (d) Menyiapkan infrastruktur sosial di tingkat lokal; (e) Mempengaruhi lembaga-lembaga politis; (f) Membantu menjalin hubungan antara petani, penyuluh dan peneliti lapang; (g) Meningkatkan akses ke sumber informasi; (h) Meningkatkan kohesi sosial; (i) Membantu mengembangkan sikap dan tindakan koperatif, dan lain-lain (Suradisastra, 2009).

Fungsi kelembagaan lokal yang ada di desa saling terkait dan tergantung satu sama lain. Sebagaimana dalam UU no. 32 tahun 2004, dikenal lima lembaga yang ada di desa, yakni :

1. Pemerintah Desa (Kepala Desa dan perangkatnya)
2. Badan Perwakilan Desa (BPD)
3. Lembaga Adat (untuk mengembalikan desa ke asal usulnya)
4. Badan Usaha Milik Desa (BUMD)
5. Lembaga Masyarakat (LMD dan LKMD) dan lembaga lainnya. Lembaga-lembaga ini sepenuhnya dibentuk oleh masyarakat sendiri bukan pemerintah (FPPM, 2000 dalam Nasution, 2009).

Lembaga-lembaga lokal sebagai wadah aspirasi masyarakat bahkan menjadi pendorong dinamika masyarakat desa. Lembaga-lembaga lokal ini diharapkan tumbuh dan berakar dari bawah dan berkembang sesuai dengan budaya, adat istiadat setempat termasuk didalamnya bagaimana mengelola lembaga-lembaga desa (*grassroot*). Menurut Uphoff (1979), organisasi-organisasi lokal, baik yang sudah lama terbentuk maupun baru didirikan dapat menjadi sarana potensial bagi perluasan dasar partisipasi masyarakat, bagi peningkatan akses lokal terhadap berbagai sumber daya perkembangan, dengan demikian organisasi lokal tersebut dapat sebagai perangsang perkembangan dan partisipasi masyarakat desa.

Partisipasi petani dalam lembaga-lembaga lokal merupakan manifestasi keberdayaan masyarakat. Petani yang berdaya, menurut Susetawan (2000) adalah petani yang secara politik dapat mengartikulasikan (menyampaikan perwujudan) kepentingannya, secara

ekonomi dapat melakukan proses tawar-menawar dengan pihak lain dalam kegiatan ekonomi, secara sosial dapat mengelola mengatur komunitas dan mengambil keputusan secara mandiri, dan secara budaya diakui eksistensinya (Anantayu, 2011).

Beberapa penelitian menyatakan bahwa kelembagaan petani di pedesaan kurang berfungsi dengan baik. Hal ini dianggap sebagai suatu perspektif hambatan dari sisi kelembagaan ekonomi dan sebagainya sehingga dipandang perlu solusinya sebagai strategi komunikasi politik sehingga peran kelembagaan tersebut bisa dilakukan dengan baik. Adapun permasalahan kelembagaan petani yang sering terjadi di pedesaan adalah :

1. Hampir setiap desa memiliki kelompok tani akan tetapi kelompok tani tersebut kebanyakan kurang aktif bahkan tidak aktif. Kelompok tani tersebut cenderung aktif apabila ada program pembangunan pertanian yang diiberikan pemerintah karena mereka mendapat bantuan berupa benih, pupuk dan pestisida. Penelitian Zuraida dan Rizal (1993); Agustian, dkk (2003); Syahyuti (2003); Purwanto, dkk (2007) dalam Budi (2013) menyatakan bahwa pada umumnya kelompok tani dibentuk berdasarkan kepentingan teknis untuk memudahkan pengkoordinasian apabila ada kegiatan atau program pemerintah, sehingga lebih bersifat orientasi program, dan kurang menjamin kemandirian kelompok dan keberlanjutan

kelompok. Berdasarkan penelitian di atas dapat dikatakan bahwa kelompok tani sering dijadikan alat politik saja agar elit politik atau pihak pemerintah yang ada dapat memberikan program kerja mereka pada masyarakat pedesaan.

2. Koperasi yang tidak berjalan di pedesaan disebabkan masyarakat desa yang tidak mau repot dengan urusan pembentukan dan pengembangan kelembagaan berdasarkan pendekatan yang top down, menyebabkan tidak tumbuhnya partisipasi masyarakat.
3. Kelembagaan-kelembagaan yang dibangun terbatas hanya untuk memperkuat ikatan horizontal, bukan ikatan vertikal. Anggota suatu kelembagaan terdiri atas orang-orang dengan jenis aktivitas yang sama. Tujuannya agar terjalin kerjasama yang pada tahap selanjutnya diharapkan daya tawar mereka meningkat. Untuk ikatan vertikal diserahkan kepada mekanisme pasar, dimana otoritas pemerintah sulit menjangkaunya.
4. Meskipun kelembagaan sudah dibentuk, namun pembinaan yang dijalankan cenderung individual, yaitu hanya kepada pengurus. Pembinaan kepada kontak tani memang lebih murah, namun pendekatan ini tidak mengajarkan bagaimana meningkatkan kinerja kelompok misalnya, karena tidak ada *social learning approach*.
5. Pengembangan kelembagaan selalu menggunakan jalur struktural, dan

lemah dari pengembangan aspek kulturalnya. Struktural organisasi dibangun lebih dahulu, namun tidak diikuti oleh pengembangan aspek kulturalnya. Sikap berorganisasi belum tumbuh pada diri pengurus dan anggotanya, meskipun wadahnya sudah tersedia.

Selain itu, hasil penelitian Oktarina dan Rustiadi (2008) menyatakan bahwa peran pokja provinsi sangat penting dan dibutuhkan sebagai koordinator lintas instansi (lintas sektoral) dan wilayah (perencana) dalam program agropolitan. Pada awal kegiatan program agropolitan, tingkat provinsi kurang dilibatkan secara langsung hanya beberapa dinas yang dilibatkan oleh tingkat pusat sehingga pokja provinsi baru dibentuk pada tahun 2005. Hal ini dikarenakan kawasan agropolitan termasuk bagian dari Kabupaten Cianjur sehingga Pemerintah Kabupaten lebih berwenang untuk kegiatan agropolitan. Sehingga muncul adanya ego sektoral antar stakeholder terkait.

Berkaitan dengan permasalahan di atas maka strategi yang perlu dikembangkan adalah :

1. Melakukan kampanye pentingnya lembaga tani. Sosialisasi, kampanye, diseminasi atau penyuluhan pentingnya kelembagaan merupakan salah satu strategi penyebaran informasi kepada masyarakat pedesaan yang bertujuan untuk memberikan penerangan dan pengertian agar terbentuk persepsi yang sama dan tumbuhnya kesadaran

mereka dalam membentuk dan menjaga kelompok tani atau koperasi tani. Kelembagaan tani di pedesaan kurang dianggap penting oleh masyarakat desa karena selama ini hanya dijadikan sebagai alat politik saja untuk mendapatkan bantuan pemerintah. Hal ini berdampak kurangnya kepedulian dan keinginan untuk memelihara kelembagaan tani yang ada seperti : kelompok tani dan koperasi untuk berdiri secara utuh yang dapat memberikan manfaat bagi khalayak banyak. Seiring dengan hasil penelitian Hadi (2011), menyebutkan bahwa banyak kelompok tani yang tidak berfungsi, tidak efektif dalam berorganisasi karena tidak memperoleh bimbingan yang cukup dari PPL. Hal senada dikemukakan Oktarina (2008) bahwa kondisi kelompok tani di kawasan agropolitan sekarang ini, bisa dikatakan hanya tinggal namanya saja karena tidak ada lagi kegiatan yang bersifat rutinitas. Keberadaan kelompok tani di kawasan agropolitan, bila dilihat dari sejarah terbentuknya merupakan kelompok tani dadakan/sengaja dibentuk pada saat perintisan kawasan agropolitan. Kelompok tani bukan terbentuk sendiri karena kebutuhan dan keinginan untuk maju melainkan salah satu persyaratan untuk kelancaran pelaksanaan program agropolitan. Hal ini berdampak pada sumber daya petani yang cenderung pasif dan selalu menunggu adanya kegiatan dari pusat.

2. Melakukan pemberdayaan lembaga tani. Pemberdayaan dilakukan dengan meningkatkan kemampuan yang dapat menghasilkan pendapatan sehingga mereka mampu menjangkau terhadap sumber daya, permodalan, teknologi, dan pasar. Pemberdayaan kelembagaan tani menurut Elizabeth (2008) menyatakan bahwa
3. Membangun dan memperbaiki citra lembaga tani. Adanya sikap ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga tani yang ada tentu menciptakan tuntutan masyarakat untuk menjadi lebih baik. Tindakan yang paling tepat dilakukan untuk membiarkan opini publik pada saat terpuk dengan membiarkan sampai titik jenuh, bahkan sudah melupakan dan beralih kepada opini publik lain, barulah strategi berkomunikasi dengan publik disusun untuk membangun image baru.
4. Menjaga keharmonisan antar stakeholder terkait. Adanya program pembangunan dan lembaga yang terbentuk bisa saja sebagai wujud komitmen antar stakeholder (lintas sektoral). Oleh karena itu, sangat perlu dijaga **kerja sama dan hubungan yang harmonis antar lembaga** tersebut agar mendapat dukungan dan berfungsi dengan baik. Selain itu, untuk menghindari adanya kepentingan masing-masing pihak stakeholder (ego sektoral) sehingga lembaga tani dapat berfungsi dengan baik.

5. Meningkatkan kinerja agen perubahan. Agen perubahan yang dimaksud adalah penyuluh Pertanian Lapangan (PPL). PPL merupakan ujung tombak program pembangunan dan berperan langsung untuk melakukan pembinaan terhadap petani.

28

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Masyarakat di pedesaan menganggap bahwa program pemerintah masih cenderung bersifat politik karena bersifat intervensi dan kepentingan serta lembaga tani yang terbentuk masih cenderung bersifat formalitas.
2. Strategi komunikasi politik opinion leader dalam difusi program pembangunan adalah dengan melakukan a) komunikasi interaktif, b) komunikasi politik berupa propaganda, c) komunikasi penyadaran politik.
3. Strategi komunikasi opinion leader dalam pengembangan lembaga tani di pedesaan adalah dengan cara a) melakukan kampanye pentingnya lembaga tani, b) melakukan pemberdayaan lembaga tani, c) membangun dan memperbaiki citra lembaga tani, d) menjaga keharmonisan antar stakeholder terkait, 5) meningkatkan kinerja agen perubahan.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku

- Bungin, HM Burhan. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif. Kencana. Jakarta.
- Eaton, J. W. 1986. Pembangunan Lembaga dan Pembangunan Nasional dari Konsep Aplikasi. Pandan Guntao dan Aleh Jeni (Penerjemah). U Pres. Jakarta.
- Pengembangan Partispasi Masyarakat (FPPM). 2000. Otonomi dan Partispasi Masyarakat Desa. Aditya Media. Yogyakarta.
- Gonzales, Hernando., 1993. Beberapa Mitos Komunikasi dan Pembangunan. Dalam Jahi, A. (Penyunting). 1993. Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga. Suatu Pengantar. PT Gramedia. Jakarta.
- Mardikanto, Totok. 1987. Komunikasi Pembangunan. Sebelas Maret University Press Surakarta.
- Nasution, Zulkarimen. 2009. Solidaritas Sosial dan Partispasi Masyarakat Desa Transisi (Suatu Tinjauan Sosiologis). UMM Press. Malang.
- Nimmo, Dan. 2008. Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nimmo, Dan. 2011. Komunikasi Politik : Khlayak dan Efek. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Riswandi. 2009. Komunikasi Politik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Servaes, Jan. 2006. Communication for Development and Social Change. Sage Publication.
- Uphoff, Norman., T, Cohen, J.M., Goldsmith, A.A. 1979. Feasibility and Application of Rural Development Participation. Cornell University. New York.

#### Buku Kumpulan Artikel

- Hilbrink dan Albert. 1983. Forum Siaran Pedesaan di Indonesia, Dalam Depari, E dan Andrews, C.M. 1988. Peranan Komunikasi Masa Dalam Pembangunan. Gadjah Mada. University Press, Yogyakarta.

#### Jurnal

- Anantayu, Sapja. 2011. Kelembagaan Petani : Peran dan Strategi Pengembangan

- Kapasitasnya. *Jurnal SEPA* : Vol. 7 No.2 Pebruari 2011. ISSN : 1829-9946.
- Anugrah, Iwan.Setiadjie., Sarwoprasodjo, Sarwititi., Suradisastra, Kedi. Purnaningsih, Ninuk. 2015. Komunikasi Politik Pembangunan Pertanian : Pengambilan Keputusan Program Simantri di Provinsi Bali. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/77397>, diakses tanggal 24 November 2017 pukul 08.15.
- Arumsari, Nugraheni., Septina, Wenny Eka., Luthfi, Muhammad., Rizki, Nur Kholis Ali. 2017. Komunikasi Politik Kepala desa dalam Mendorong Inovasi pembangunan Desa : Studi Kasus tiga Desa di Lereng Gunung Ungaran Jawa Tengah. *Jurnal UNNES*. Volume 1 Nomor 2 Tahun 2017. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jpi/article/view/8488/0> diakses tanggal 24 November 2017 pukul 08.25.
- Aryanti, Nina Yudha. 2008. Peranan Opinion Leader Dalam Meningkatkan Peran Politik Masyarakat Pedesaan dalam Pembangunan. *Jurnal Ilmiah Dinamika* Vol. 1 No. 1 Juni 2008 ISSN 1979 – 0899X
- Alif, Muhammad. *Partispasi petani dalam komunikasi penyuluhan*, MetaCommunication; Journal Of Communication Studies, Volume 2 No 2 September 2017. <http://ppjp.unlam.ac.id/journal/index.php/MC/article/view/4416>
- Idris, Ahmad. 2002. Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program Pembangunan Bagi Masyarakat Pedesaan Di Era Otonomi. *Jurnal Administrasi Negara* Vol. II No. 02 Maret 2002
- Koentjaraningrat. 1977. Sistem Gotong Royong dan Jiwa Gotong Royong. *Berita Antropologi* Th IX No. 30 Februari 1977. Jakarta.
- Oktarina, Selly dan Rustiadi, Eman. 2008. Keefektivan Komunikasi Dalam Pengembangan Peran-Peran Kelembagaan Agropolitan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan IPB*. Volume 6 Nomor 2 tahun 2008. [Journal.ipb.ac.id](http://Journal.ipb.ac.id)
- Susetiawan. 2000. Perubahan Paradigma Pembangunan. Bahan Pembelajaran

TOT Pembaharuan Kebijakan  
Pengelolaan Irigasi 17-23 Nopember  
2000.

Widianti, Maria Magdalena. 2012. Difusi  
Inovasi Pemanfaatan Biji Durian  
Potret Jaringan Komunikasi Pada Kwt  
Mugi Rahayu. Jurnal Sosial Volume 13  
Nomor 1 Maret 2012.

#### **Internet**

Budi. 2013. Permasalahan Pengembangan  
Kelembagaan Petani.  
<http://potongspring.blogspot.com/2013/02/permasalahan-pengembangan-kelembagaan.html>. diakses tanggal 24  
November 2017 pukul 08.18.

Elizabeth, Roosganda. 2007. Penguatan dan  
Pemberdayaan Kelembagaan Petani  
Mendukung Pengembangan Agribisnis  
Kedelai.  
[http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdffiles/Pros\\_2007-C\\_2.pdf](http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdffiles/Pros_2007-C_2.pdf)Forum

Hadi, Agus Purbathin. 2011. Strategi  
Komunikasi Dalam Mengantisipasi  
Kegagalan Penerapan Teknologi Oleh  
Petani.  
<https://emilianshah.files.wordpress.com/2011/08/strategi-komunikasi-terhadap-petani.pdf>

Oktarina, Selly. 2008. Keefektivan  
Komunikasi Dalam Pengembangan  
Peran-Peran Kelembagaan Agropolitan  
(Kasus: Kecamatan Pacet dan  
Kecamatan Cugenang Kabupaten  
Cianjur) IPB.  
<https://scholar.google.co.id/scholar?oi=bibs&cluster=13596281724269972676&btnI=1&hl=id>

Suradisastra, Kedi. 2009. Dinamika  
Kelembagaan Masyarakat Lahan  
Marjinal.  
<https://kelebagaandas.wordpress.com/kajian-kelembagaan-masyarakat/kedi-suradisastra/> diakses tanggal 20  
Desember 2017.

# STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK OPINION LEADER DALAM DIFUSI PROGRAM PEMBANGUNAN DAN PENGEMBANGAN LEMBAGA LOKAL DI PEDESAAN

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ejournal.kopertais4.or.id">ejournal.kopertais4.or.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://faperta.ugm.ac.id">faperta.ugm.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://rezqiwahyudi.wordpress.com">rezqiwahyudi.wordpress.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
7	<a href="http://pejuang17.blogspot.com">pejuang17.blogspot.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://kinfopolitani.com">kinfopolitani.com</a> Internet Source	1%

[eprints.undip.ac.id](http://eprints.undip.ac.id)

9	Internet Source	1 %
10	<a href="https://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="https://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="https://faizakhadiyah09081992.wordpress.com">faizakhadiyah09081992.wordpress.com</a> Internet Source	1 %
13	<a href="https://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1 %
14	<a href="https://journal.unhas.ac.id">journal.unhas.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="https://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
17	<a href="https://ojs.fkip.ummetro.ac.id">ojs.fkip.ummetro.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Bung Hatta Student Paper	<1 %
19	<a href="https://e-journal.uajy.ac.id">e-journal.uajy.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="https://repository.lppm.unila.ac.id">repository.lppm.unila.ac.id</a> Internet Source	



<1 %

21

Asriyani Sagiyanto, Achmad Syahlani, Liliyana Liliyana, Ferrari Lancia. "Pelatihan Public Speaking Dengan Memanfaatkan Aplikasi Zoom Di Masa Pandemi Covid-19", Jurnal Abdimas Komunikasi dan Bahasa, 2021

Publication

<1 %

22

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

Internet Source

<1 %

23

[repository.dharmawangsa.ac.id](http://repository.dharmawangsa.ac.id)

Internet Source

<1 %

24

Abdul Aziz. "Pola Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera pada Kampanye Pemilu 2004 di Wilayah Jakarta Timur", Jurnal Citizenship Virtues, 2021

Publication

<1 %

25

Submitted to Green Hope High School

Student Paper

<1 %

26

[repository.uksw.edu](http://repository.uksw.edu)

Internet Source

<1 %

27

[www.materikonseling.com](http://www.materikonseling.com)

Internet Source

<1 %

28

[journal.unj.ac.id](http://journal.unj.ac.id)

Internet Source

<1 %

29	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://dergipark.org.tr">dergipark.org.tr</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://nabsya.wordpress.com">nabsya.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://pustaka.unpad.ac.id">pustaka.unpad.ac.id</a> Internet Source	<1 %
34	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
35	<a href="http://adibsantrimbeling.blogspot.com">adibsantrimbeling.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://files.osf.io">files.osf.io</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://imadeputrawan.wordpress.com">imadeputrawan.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://ejournal.unesa.ac.id">ejournal.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On