

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN RUMAH BUMN OGAN
ILIR DALAM UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN
OGAN ILIR**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Hubungan Masyarakat (Humas)



Disusun Oleh:

AJENG AJKIYA

07031181722129

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

TAHUN 2021

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

“Strategi Komunikasi Pembangunan Rumah BUMN Ogan Ilir Dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kabupaten Ogan Ilir”

Skripsi
Oleh :
Ajeng Ajkiya
07031181722129

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 29 Juli 2021

Pembimbing :

1. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

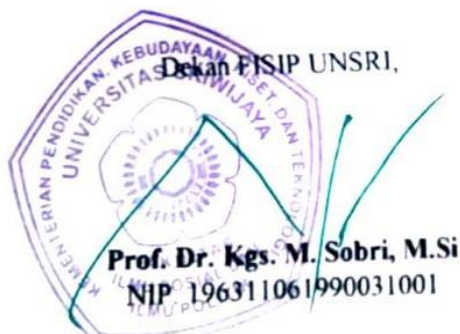
2. Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198802112019032011.

Tanda Tangan

Penguji :

1. Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001
2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si
NIP. 198411052008121003

Tanda Tangan



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

MOTTO

“Kehidupan ini sangat luas dan tidak membutuhkan kita untuk menjadi penyair atau kiai, melainkan membutuhkan kualitas kemanusiaan yang diperkaya oleh kenikmatan, keindahan dan kesungguhan ber-Tuhan, peradaban serta kejernihan hati nurani”

-Emha Ainun Najib

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Anjas Asmara dan Ibu Siti Fatimah.

Almamater saya Universitas Sriwijaya.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ajeng Ajkiya
NIM : 07031181722129
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 4 Januari 1999
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pembangunan Rumah BUMN
Ogan Ilir Dalam Upaya Pengembangan UMKM di
Kabupaten Ogan Ilir

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 15 Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



Ajeng Ajkiya
NIM. 07031181722129

KATA PENGANTAR


Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Adapun judul dari skripsi yang saya ajukan adalah Strategi Komunikasi Pembangunan Kementrian BUMN melalui program Rumah BUMN Ogan Ilir dalam upaya pengembangan UMKM di kabupaten Ogan Ilir. Dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku pembimbing Akademik sekaligus pembimbing I dan Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan arahan, wejangan dan motivasi kepada penulis
4. Ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat skripsi
5. Seluruh Dosen jurusan Ilmu Komunikasi dan seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan strata satu
6. Mbak Elvira Humairah selaku admin jurusan ilmu komunikasi yang telah membantu administrasi kami sedari maba, semangat terus mbak semoga dipertemukan lagi dikesempatan yang baik.

7. Rumah BUMN Ogan Ilir, Kak Ira, Kak Ikhsan dan Kak Monic yang sudah membantu penulis untuk menjadi informan penelitian strata satu saya.
8. Orang tua tersayang yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, Ibu Siti Fatimah dan Ayah Anjas Asmara, *Buk Yah Anakmu wes rampung* 😊
9. Kepada saudara kandung ku yang tercinta, Mbak Eka Anjar Rahmadani, S.Pd dan Adik Sija Islah Rafi'i
10. Teman perjuanganku di tanah rantau, satu kosan, satu organisasi satu beban sepenanggungan "Pencari Berkah" Anissa Leha, Annisa Ayu Lestari, Annisa Dwi Kurnia, Desi Rahma Sari yang selalu menemani disaat susah maupun bahagia dimasa kuliah, terimakasih selalu ada, do'a baik selalu menyertai langkah kalian.
11. Sahabat terbaik saya yang selalu mendorong saya untuk menyelesaikan studi : Fitriah Kurniasih, S.Km, Nunu Squad (Ikrar Genidal Riadil, S.Pd., B.SEd. & Lilis Malasari, A.Mdkes), Khairulianti N.R, S.H
12. Share Jawaban Squad, terimakasih sudah memberikan jawaban-jawaban indah semasa kuliah ya Rara, Nike, Eme, Chita, Sya
13. Teman dekat semasa kuliah, Arafik, Ayu Relista, Alox, Rezaldi, Enggi, Hilda, Dwi. *Besok Kemana Kita Gas!!*
14. Tim ICU (Ikom Cinematography Unsri) generasi pertama : Ridho, Iva, Ica, Indah, Furry, Yuyu, Fitrah, Babana, Derry)
15. Teman Komunitas Senyum Bareng (Ma'aruf, Vania, Cecep, Septia, Qory, Fahri, Reza, Aini)
16. Teman Organisasi BEM KM FISIP UNSRI, Cogito, WAKI
17. Teman-teman angkatan 2017 Ilmu Komunikasi.

Indralaya, 15 Juli 2021


Ajeng Ajkiya


NIM.07031181722129

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki andil dalam membantu pembangunan suatu negara, tentunya dalam hal ini peran pemerintah menjadi penting untuk turut serta dalam pengembangan UMKM. Namun pada kenyataannya masih banyak UMKM yang berada di daerah belum mendapatkan pemberdayaan baik yang pertama kali dilakukan maupun yang bersifat berkesinambungan, hal ini nantinya akan berdampak terhadap kualitas dan pendapatan UMKM tersebut. Melihat permasalahan tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pembangunan Rumah BUMN Ogan Ilir dalam upaya pengembangan UMKM di Kabupaten Ogan Ilir. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi menurut *Academy for Educational Development* (AED) dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan data yang diperoleh dari enam informan yang terdiri atas tiga pegawai Rumah BUMN dan UMKM yang menjadi mitra binaan Rumah BUMN. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, selain itu untuk melengkapi data dilakukan observasi, studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi dari tahapan strategi komunikasi pembangunan dilakukan secara terencana dengan melihat telah terlaksananya dimensi satu sampai empat yang ditujukan kepada masyarakat terkhususnya UMKM.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pembangunan, Komunikasi Pembangunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Rumah BUMN Ogan Ilir.

Pembimbing I



Dr. Andries Lionardo.S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Pembimbing II



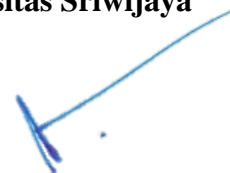
Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 19880211 201903 2 011

Indralaya, Juli 2021

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo.S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) is one of the sectors that have a role in helping the development of a country, of course in this case the role of government becomes important to participate in the development of MSMEs. But in fact there are still many MSMEs in the area have not received empowerment either first or sustainable, this will be adapted to the quality and income of MSMEs. Looking at the problem, this study aims to find out the communication strategy of the construction of Ogan Ilir State-Owned Houses in the efforts to develop MSMEs in Ogan Ilir Regency. This study uses communication strategy theory according to the Academy for Educational Development (AED) in Nasution and using qualitative research methods with data obtained from six informants who were independent of three employees of Rumah BUMN and MSMEs who became partners of rumah BUMN. The method of data collection uses in-depth interviews, in addition to completing data conducted observations, literature studies and documentation studies. From the results of this study, it is realized that the dimensions of the development communication strategy stage are carried out in a planned manner by looking at the implementation of dimensions one to four aimed at the community, especially MSMEs.

Keywords: Development Communication Strategy, Development Communication, Small and Medium Micro Enterprises, Rumah BUMN Ogan Ilir.

Advisor I



Dr. Andries Lionardo.S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Advisor II



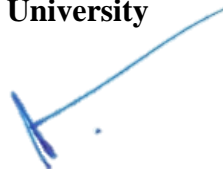
Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 19880211 201903 2 011

Indralaya, July 2021

Head of Department of Communication Sciences

Faculty of Social and Political Sciences

Sriwijaya University



Dr. Andries Lionardo.S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

COVER...	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Komunikasi	11
2.3. Strategi Komunikasi Pembangunan	12
2.3.1 Pengertian Pembangunan	12
2.3.2 Pengertian Komunikasi Pembangu	12
2.3.3 Prinsip – Prinsip Komunikasi Pembangunan	15
2.3.4 Langkah Strategi Komunikasi Pembangunan	16

2.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	16
2.4.1 Definisi dan Peran UMKM	16
2.4.2 Permasalahan yang Terjadi dalam UMKM.....	18
2.5 Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah	19
2.5.1 Definisi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah	19
2.6 Teori Komunikasi Pembangunan.....	20
2.6.1 Teori Komunikasi Pembangunan Menurut Hedebro	20
2.6.2 Teori Difusi Inovasi Menurut M. Everett Rogers (1983)...	21
2.6.3 Strategi Komunikasi Pembangunan Academy for Educational Development (AED)	21
2.7 Teori yang Digunakan.....	23
2.8 Kerangka Teori.....	23
2.9 Kerangka Pemikiran.....	24
2.10 Penelitian Terdahulu	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Definisi Konsep.....	29
3.2.1 Komunikasi Pembangunan.....	29
3.2.2. Upaya Pengembangan	29
3.3 Fokus Penelitian	30
3.4 Unit Analisis.....	32
3.5 Informan Penelitian	32
3.5.1 Key Informant	33
3.5.2 Informasi Pendukung	34

3.6 Sumber Data.....	34
3.6.1 Sumber Primer.....	34
3.6.2 Data Sekunder.....	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7.1 Wawancara Mendalam (In Depth Interview).....	35
3.7.2 Observasi.....	35
3.7.3 Studi Dokumentasi.....	36
3.8 Teknik Keabsahan Data	36
3.9 Teknik Analisis Data.....	36
3.9.1 Kondensasi Data.....	37
3.9.2 Penyajian Data	37
3.9.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawaing and Verification)	37
BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	38
4.1 Sejarah Singkat Rumah BUMN	38
4.2 Profil Instansi	38
4.3 Visi dan Misi Rumah BUMN Ogan Ilir	39
4.4 Struktur Organisasi Rumah BUMN.....	41
4.5 Peran dan Fungsi Rumah BUMN	41
BAB V HASIL DAN ANALISIS.....	43
5.1 Analisis Strategi Media Yang Digunakan (Media Based Strategy).....	44
5.2 Analisis Strategi Desain Instruksional	56
5.3 Analisis Strategi Partisipatori (Kerja Sama Komunitas).....	73
5.4 Analisis Strategi Pemasaran	81

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	92.
6.1 Kesimpulan	92
6.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM yang ada di Sumatera Selatan tahun 2019.....	7
Tabel 1.3 Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tahun 2015-2017..	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	31
Tabel 5.1 Penjelasan Tahapan Pembinaan UMKM Rumah BUMN.....	50
Tabel 5.2 Mekanisme Flow Proses.....	65
Tabel 5.3 Pelatihan Online Rumah BUMN Untuk UMKM.....	68
Tabel 5.4 Aplikasi Pendukung UMKM... ..	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jalur Proses Komunikasi Pembangunan.....	16
Gambar 2.2 Alur Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 Kolaborasi BUMN untuk Rumah BUMN... ..	39
Gambar 4.2 Logo Rumah BUMN	39
Gambar 4.3 Struktur Organisasi... ..	41
Gambar 5.1 Media Konvensional Koran.....	47
Gambar 5.2 Media Digital Yang Digunakan.....	51
Gambar 5.3 Salah satu konten yang dibuat Tips dan Trik foto	53
Gambar 5.4 Pendekatan Personal Kepada UMKM.....	58
Gambar 5.5 Modul Go Online.....	60
Gambar 5.6 Modul Go Modern... ..	61
Gambar 5.7 Modul Go Digital.....	61
Gambar 5.8 Sosialisasi Tim Rumah BUMN Kepada Para UMKM.....	64
Gambar 5.9 Evaluasi dan Monitoring Rutin Mingguan... ..	70
Gambar 5.10 Kunjungan Tim Rumah BUMN ke UMKM... ..	74
Gambar 5.11 Sosialisasi dan Pelatihan Bersama Stakeholder.....	79
Gambar 5.12 Foto Produk Yang Ada di Outlet.....	85
Gambar 5.13 Flyer Bazaar Online	86
Gambar.14 Media Sosial dan Marketplace untuk Pemasaran... ..	89

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I : Pedoman Wawancara

LAMPIRAN II : Transkrip Wawancara

LAMPIRAN III : Tabel Open Coding

LAMPIRAN IV : Tabel Axial dan Selective Coding

LAMPIRAN V : Dokumentasi Wawancara Bersama Informan

LAMPIRAN III : Plagiarisme

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa saat ini, pembangunan diberbagai lini ditingkatkan baik dari perkotaan maupun perdesaan, pembangunan ini diartikan sebagai perubahan untuk menuju kepada pola masyarakat yang memungkinkan. Perubahan yang memungkinkan pada peningkatan taraf hidup masyarakat ialah pada bidang perekonomian. Perekonomian adalah sesuatu hal yang tak luput dari kehidupan manusia, selain itu ekonomi memiliki kontribusi penting dalam menjaga keseimbangan kehidupan bangsa dan negara. Suatu negara yang maju atau tidak dapat ditilik dari indikator ekonominya baik dari segi pertumbuhan maupun pembangunan. Mengingat pentingnya sektor perekomian pada suatu negara tercatat pada dokumen “Visi Indonesia Emas 2045” yang dikukuhkan oleh Conference of Youth Diaspora Indonesia menyertakan poin yang menegaskan bahwa visi pembangunan Indonesia kedepanya harus menekankan aspek kesetaraan dan kesamaan peluang. Juga menyertakan penekanan bahwa pembangunan Indonesia harus terus mengedepankan etika dan kepedulian terhadap kelompok-kelompok marjinal. Hal ini juga tercantum pada sasaran pembangunan berkelanjutan yaitu Sustainable Development Goals (SDGs) yang tertuang dalam point ke-8 yaitu perkerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan ekonomi yang terbuka dan berkesinambungan didukung oleh beberapa hal, yaitu pekerjaan yang layak dan tenaga kerja penuh serta memiliki produktivitas yang baik. Serta tertuang di point ke-10 yaitu tentang Usaha Mikro, Kecil dan mengurangi kesenjangan antara industri besar.

Pembangunan di Indonesia tidak lepas dari fungsi para pelaku ekonomi, baik usaha makro maupun mikro, contoh dari perkembangan pertumbuhan yang ada di Indonesia yang memiliki kontribusi andil untuk membantu negara yaitu UMKM. Ketika krisis ekonomi menghantam Indonesia pada 1998, stagnansi bahkan kebangkrutan dan menghentikan aktifitasnya dialami oleh banyak usaha besar. Namun, di sisi lain sektor UMKM juga teruji lebih kuat untuk melewati krisis ekonomi (Amalia, 2011). Sebab itulah, hadirnya UMKM di kalangan

masyarakat sekarang sudah tidak dapat dihindarkan, karena keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal peningkatan pendapatan masyarakat.

Pembagian yang dilakukan pemerintah Indonesia bukan hanya terbatas pada pembangunan sarana dan prasarana fisik namun juga pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Undang-undang nomor 20 tahun 2008 yang menjelaskan tentang UMKM, menjelaskan bahwa UMKM yaitu kegiatan ekonomi aktif, serta produktif yang berdiri sendiri. UMKM secara nyata sebagai sektor usaha yang paling banyak memiliki andil bagi pembangunan nasional, banyak bukti yang telah menunjukkan bahwasannya UMKM memberikan pemasukan bagi Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Sebanyak 97% UMKM memiliki penyerapan tenaga kerja pada sembilan sektor ekonomi Indonesia dan memberi kontribusi untuk PDB sebesar 40%. Serta, mempunyai potensi sebagai satu sumber penting bagi ekspor khususnya non-migas (*Indonesia Small Business Research Center* dalam Fahmi dkk, 2018).

Dari data Badan Pusat Statiska (BPS) dapat kita lihat bahwa terjadi peningkatan jumlah UMKM yang ada pada tahun 2017 sebanyak 62.928.077 menjadi 64.199.6 pada tahun 2018, sedangkan pada indikator tenaga kerja pada tahun 2017 sebanyak 120.260.177 pekerja UMKM dan mengalami peningkatan menjadi 120.598.133, lalu pada PDB dasar harga berlaku mengalami peningkatan atau penambahan yang cukup signifikan yaitu dari 12.804.859,0 miliar menjadi 14.038.598,5 milyar pada tahun 2018 dan indikator terakhir pada PDB dasar harga konstan 2000 juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yaitu pada tahun 2017 sebanyak 9.504.148,6 miliar menjadi 9.995.305,9 miliar. Sehingga tiap tahunnya kehadiran UMKM di Indonesia memberikan dampak baik bagi keberlangsungan kehidupan dan perekonomian.

Berbagai macam fenomena yang terjadi pada pengembangan UMKM di Indonesia menunjukan adanya konflik antara harapan (*das sollen*) dengan kondisi sebenarnya (*das sein*). UMKM membuktikan dapat bertahan dari adanya krisis global sehingga diharapkan mampu menjadi penyangga (*buffer*) perekonomian daerah maupun disisi lain kenyataan saat ini menunjukkan bahwa permasalahan-permasalahan yang dihadapi UMKM memiliki beberapa

tantangan. Selain itu berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang pemberdayaan UMKM, pada Bab II Pasal 2 mengenai azas- azas pemberdayaan UMKM pada point kelima berbunyi “azas berkelanjutan, yaitu azas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri”, sehingga dari pernyataan pada UU tersebut mengartikan sebuah keharusan melakukan pemberdayaan terhadap UMKM yang ada. Namun pada kenyataannya masih banyak UMKM daerah yang belum mendapatkan pemberdayaan baik yang pertama dilakukan maupun yang bersifat berkesinambungan, diantaranya yaitu *access to competence* yang artinya UMKM masih memerlukan bimbingan dalam hal standar pengembangan produk, kualitas dan pemanfaatan teknologi dan manajemen, kemudian *access to commerce* UMKM masih memerlukan bimbingan dalam hal akses ke pasar yang lebih luas melalui penjualan online, dan *access to capital* yaitu UMKM masih membutuhkan dukungan dalam mendapatkan akses permodalan.

Sederhananya pembangunan diartikan sebagai perubahan sosial yang bersifat partisipasi guna menunjukkan keadaan sosial dan kebendaan termasuk di dalamnya terdapat keadilan yang lebih besar, kebebasan, dan kualitas yang cenderung dinilai tinggi melalui perolehan yang dikontrol dan cenderung lebih besar terhadap lingkungan. Pembangunan dari UMKM tidak hanya mencakup fisik dan materi saja namun termasuk di dalamnya pemerataan sosial, proses pembangunan yang melibatkan penggunaan komunikasi untuk keberlangsungannya. Komunikasi pembangunan dibutuhkan oleh UMKM untuk keberlanjutan dari usaha yang dijalankan. Komunikasi pembangunan mengalami dinamika dan proses yang mengarah pada wujud interaktif dan partisipatif dari para pelaku UMKMnya.

Pembangunan yang diharapkan ialah pembangunan dalam upaya meningkatkan kemampuan dari masyarakat agar dapat memperbaiki dan mempengaruhi masa depannya dalam hal ini pembangunan pada dasarnya melibatkan minimal tiga komponen, yaitu, komunikator pembangunan, seperti

para birokrat ataupun masyarakat umum, kemudian ada pesan pembangunan dan komunikasi pembangunan, diantaranya adalah masyarakat umum, baik penduduk desa maupun kota yang akan menjadi sasaran pembangunan. Dengan demikian, untuk lingkup Indonesia usaha-usaha pembangunan sejatinya diwujudkan dengan konsep pembangunan yang berpusat kepada rakyat.

Ketika melakukan pendekatan kepada masyarakat terutama dalam menawarkan program pembangunan maka diperlukan komunikasi. Hal ini diperlukan strategi dari komunikasi yang digunakan mempengaruhi dan menjadi penentu keberhasilan dari suatu program yang akan di jalankan. Masyarakat dapat menerima dengan baik program pembangunan yang diberikan pemerintah apabila komunikasinya berjalan dengan efektif. Apabila komunikasi dilakukan tidak pada semestinya atau komunikasi yang tidak efektif pada program pembangunan dalam hal ini pemberdayaan UMKM maka akan berakibat pada penyampaian pemberdayaan UMKM yang tidak maksimal. Hal ini berakibat pada tujuan akhir dari suatu program tidak berhasil sesuai dengan rencana awal. Komunikasi pembangunan sangat erat kaitannya dengan program pemberdayaan UMKM dan peran pemerintah didalamnya maka dalam hal demi mendukung inisiatif Kementerian BUMN terdapat 26 BUMN yang bersinegri bersama untuk membangun Rumah BUMN, dalam hal ini Rumah BUMN tersebar diberbagai daerah di Indonesia salah satunya yaitu Rumah BUMN yang terdapat di Ogan Ilir Sumatera Selatan.

Rumah BUMN Ogan Ilir digunakan untuk mengorganisir dan memberdayakan UMKM yang ada di Ogan Ilir, Rumah BUMN akan diperankan sebagai pusat data dan informasi serta sebagai pusat edukasi, pengembangan dan digitalisasi UMKM , satu diantaranya upaya dari komunikasi pembangunan untuk menjaga eksistensi dan keberlanjutan dari UMKM pada suatu daerah. Tujuan utama dari Rumah Kreatif BUMN adalah peningkatan kapasitas dan kapabilitas UKM sehingga dapat terwujud UKM Indonesia yang berkualitas

Berbagai macam komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Rumah BUMN telah dilakukan kepada masyarakat demi pengembangan UMKM yang

merata diberbagai daerah. Maka dari penjelasan diatas adapun alasan penulis melakukan penelitian ini ialah:

1.1.1 Ogan Ilir Salah Satu Sentral UMKM Sumatera Selatan

Sumatera Selatan memiliki 13 kabupaten dan 4 kota salah satunya yaitu Kabupaten Ogan Ilir yang merupakan Sentral 1.000 UMKM di Sumatera Selatan. Hal ini menjadi sebuah keistimewaan dan kelebihan bagi Bumi Caram Seguguk . Sumber daya alam yang beranekaragam yang dimiliki harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, setiap lapisan yang ada di Ogan Ilir juga berpartisipasi untuk menunjang perekonomian. Dalam hal ini pemerintah Ogan Ilir juga memiliki peran yang besar, pada tahun 2016 pemerintah Kabupaten Ogan Ilir meresmikan pembentukan dan pembinaan 1000 UMKM yang baru tumbuh di Ogan Ilir program ini bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada seluruh pelaku UMKM untuk menggunakan fasilitas yang telah disediakan pemerintah Ogan Ilir dengan adanya pembinaan tersebut pemerintah setempat dapat menunjang UMKM agar dapat maju dan tumbuh berkembang (Jurnalline.com 2016).

Tabel 1.1 Total UMKM Sumatera Selatan tahun 2019

No.	Kabupaten atau Kota	Total UMKM 2019
1.	Muara Enim	5.336 Unit
2.	Lahat	8.917 Unit
3.	Ogan Komering Ulu	8.482 Unit
4.	Ogan Komering Ilir	11.151 Unit
5.	Musi Rawas	11.315 Unit
6.	Musi Banyuasin	13.616 Unit
7.	Bansyuain	16.315 Unit
8.	OKU Timur	7.000 Unit

9.	OKU Selatam	2.849 Unit
10.	Ogan Ilir	20.777 Unit
11.	Empat Lawang	1.174 Unit
12.	PALI	3.018 Unit
13.	Musi Rawas Utara	1.232 Unit
Kota		
1.	Palembang	37.351 Unit
2.	Lubuk Linggau	5.348 Unit
3.	Prabumulih	5.790 Unit
4.	Pagar Alam	3.851 Unit
Total		163.291 Unit

Sumber: Kumparan.com

Dari tabel di atas menunjukkan jumlah UMKM yang tersebar di beberapa wilayah yang ada di Sumatera Selatan. Pada tahun 2019 jumlah UMKM yang ada di Sumatera Selatan sebanyak 163.291 unit, dengan rincian perwilayah yaitu. Ogan Komering Ulu sebanyak 8.482 unit, ogan komering ilir sebanyak 11.151 unit jumlah ini lebih banyak dibandingkan dengan Muara Enim dengan jumlah UMKM sebanyak 5.336 unit dan Lahat 8.917 Unit kemudian untuk Musi Rawas berjumlah 11.315 Unit sedangkan Musi Banyuasin sebanyak 13.616, Banyuasin 15.315 Unit, Oku Timur sebanyak 7.000 sebanyak UMKM, Oku Selatan sebanyak 2.849 unit, Ogan Ilir sebanyak 20.777 UMKM, Empat Lawang sebanyak 1.174 unit, PALI sebanyak 3.018 unit dan Kabupaten yang baru disahkan pada tahun 2014 yaitu Musi Rawas Utara dengan jumlah UMKM sebanyak 1.232 unit.

Selain itu jumlah UMKM pada Kota yang ada di Sumatera Selatan, Palembang dengan posisi teratas yaitu sebanyak 37.351 unit, kemudian Lubuk

Linggau 5.348 unit, Prabumulih sebanyak 5.790 unit dan yang terakhir yaitu Pagar Alam dengan jumlah sebanyak 3.851 unit, dengan demikian dari data total keseluruhan UMKM Sumatera Selatan menunjukkan bahwa Ogan Ilir memiliki jumlah UMKM terbanyak dibanding kota ataupun kabupaten yang berada di Sumatera Selatan dengan total 20.777 unit.

1.1.1 Sejak berdirinya Rumah BUMN Ogan Ilir Terjadi Peningkatan Pelaku UMKM Dibeberapa Tahun Terakhir

Rumah Kreatif BUMN merupakan contoh dukungan nyata pemerintah untuk kemajuan para UMKM melalui Kementerian BUMN. Rumah Kreatif BUMN ini merupakan rumah milik bersama yang digunakan untuk membina dan memberikan solusi untuk para UMKM sehingga nantinya UMKM Indonesia memiliki kualitas yang tinggi dan siap bersaing dikancah nasional maupun internasional. Selain itu Rumah Kreatif BUMN ini juga tempat belajar, berkumpul serta akan menemani dan memberikan dorongan kepada pelaku UMKM dalam menjawab tantangan awal pengembangan UMKM dalam meningkatkan kompetensi pada pasar, kemudahan akses atau koneksi pemasaran dan kemudahan akses permodalan (rumahbumn.id, 2016).

Hadirnya Rumah BUMN di Ogan Ilir menjadi angin segar untuk para UMKM, bisa dilihat dari meningkatnya total UMKM tahun 2016 sampai pada tahun 2017. Pada 2016 terdapat jumlah unit sebanyak 20.212, lalu ditahun 2017 menambah dengan jumlah 20.334 unit atau bertambah dengan jumlah 122 unit baru dan untuk jumlah dari usaha menengah sebanyak 1 unit usaha. Berikut rincian perkembangan UMKM Ogan Ilir dalam kurun waktu 2015-2017.

Tabel 1.2 Perkembangan UMKM pada Tahun 2015-2017

No.	Uraian Usaha	2015	2016	2017
1) Jumlah UMKM	a. Usaha Mikro	17,441 unit	17,887 unit	17,995 unit
	b. Usaha Kecil	2.046 unit	2.325 unit	2.339 unit
	c. Usaha Menengah	84 unit	87 unit	88 unit
	Total UMKM	2,046 unit	2,325 unit	2,339 unit
2) Penyerapan tenaga kerja	a. Usaha Mikro	34.882 orang	35.774 orang	35.990 orang
	b. Usaha Kecil	12.276 orang	13.950 orang	14.034 orang
	c. Usaha Menengah	2016 orang	2.175 orang	2.113 orang
	Total UMKM	49.174 orang	51,889 orang	52.136 orang

Sumber : Website Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Ogan Ilir (diolah)

Dari tabel diatas penyerapan tenaga kerja yang berada di Ogan Ilir juga mengalami peningkatan disetiap tahunnya ditahun 2016 mengalami kenaikan sebanyak 2.175 tenaga kerja, pada tahun 2017 meningkat sebanyak 247 tenaga kerja.

1.1.3 Komunikasi Pembangunan Penting dilakukan untuk Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat

Program pembangunan pada umumnya sering ditemui dengan beraneka ragam komposisi yang berkaitan satu sama lain, faktor tersebut berbeda-beda satu sama lain, baik itu peran atau fungsi, namun yang ingin dicapai sesuai dengan satu tujuan yang sama yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini, dapat terwujud apabila setiap elemen memiliki tanggung jawab. Diantaranya pemerintah sebagai sang pemangku kebijakan untuk mengatur segala aturan yang ada di suatu

daerah ataupun negara. Kemudian, tanggung jawab dari pihak swasta yang bertugas atau bertanggung jawab sebagai pemilik modal serta pelaku usaha, dan pastinya peran seluruh masyarakat dalam hal ini akan terlibat langsung dalam program pembangunan nasional ini.

Hal penting lainnya yaitu komunikasi, hal ini juga menjadi komponen yang sangat penting. Karena tidak akan terlaksana suatu program dalam sebuah pembangunan secara efektif dan efisien apabila para pelaku pembangunan yaitu komunikator pembangunan, tidak dapat menyampaikan program apa yang ingin dicapai untuk khalayak banyak.

Program atau proyek pembangunan yang gagal dikarenakan kurang efektifnya komponen yang tidak berjalan sesuai dengan rencana. Maka sebab itu, di dalam program pembangunan disarankan untuk mempertimbangkan faktor komunikasi dalam melaksanakan serta pengembangan program-program yang sudah disusun untuk pembangunan yang berkelanjutan, terlebih untuk kesejahteraan masyarakat (**Ammunisi, 2018**).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi pembangunan yang digunakan oleh Rumah BUMN Ogan ilir dalam upaya pengembangan UMKM di Kabupaten Ogan Ilir?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi komunikasi pembangunan yang digunakan oleh Rumah BUMN Ogan ilir dalam upaya pengembangan UMKM di Kabupaten Ogan Ilir.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi secara mendalam tentang strategi komunikasi pembangunan dalam upaya pembangunan UMKM untuk meningkatkan ekonomi berkelanjutan.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi Masyarakat

Sebagai bahan referensi untuk mengelola UMKM dengan strategi komunikasi pembangunan dalam upaya pengembangan serta pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

b. Manfaat bagi Pemerintah

Sebagai acuan dan referensi guna pengembangan UMKM berupa strategi komunikasi pembangunan yang dijalankan oleh Rumah BUMN Ogan Ilir dan sebagai bahan kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat untuk meningkatkan ekonomi yang berkelanjutan.

c. Manfaat bagi Universitas

Menambah referensi pustaka yang dapat dilihat dan diakses oleh akademisi dalam komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, semua unsur dan para pelaku UMKM dapat menggunakan metode dan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat sehingga meminimalisir kesalahan terutama berkaitan dengan pengembangan UMKM yang ada di Kabupaten Ogan Ilir.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alfi Amalia, Wahyu Hidayat, Agung Budiarmo. (2011). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik Semarangan Dikota Semarang”, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, (2011), Hlm. 1.
- Ali Hasan. 2010. Marketing. Yogyakarta: Media Presindo.
- Aminudin Aziz, Fathul. Manajemen dalam Perspektif islam. (Majenang, Pustaka ELBayan, (2012), hlm. 192-194.
- Apriadi, 2013, Tamburaka. Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. (Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 2007. Manajemen Pemasaran, Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada.
- Budiarto, Rachmawan, dkk. (2015). Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis. edisi ke 1. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Cangara, Hafied.(2012).Pengantar Ilmu Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Dilla, Sumadi. (2007). Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Donni Juni Priansa. Perencanaan Dan Pengembangan Sdm.Penerbit : Alfabeta Bandung.
- Dunn, William N. 2000. Pengantar Analisa Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gadjah. Mada Press*
- Fakih, Mansour. (2001). Sesat Fikir Teori Pembangunan dan Globalisasi.
- Flew, T. 2008. New Media : an introduction. New York: Oxford University Pers.
- Harun,R, & Ardianto, R. (2012). Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial : Perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis. Jakarta : Rajawali Pers.

- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarimen.(2004). *Komunikasi Pembangunan*. Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi. PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2013) *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sanjaya. (2015). *Kurikulum dan Pembelajaran (Teori dan Praktik Perkembangan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan)*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Costumer Behaviour Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, Tulus. (2012). "Usaha Mikro dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting", Jakarta : LP3ES.
- Todaro. Michael P. & Smith. Stephen C. (2006). *Pembangunan Ekonomi*. Edisi ke
- Usman & Nurdin. (2002). *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Jurnal dan Artikel :

- Bulamei, E. C., Koagouw, F. V. I. A., Runtuwene, A., & Hum, S. S. M. (2017). *Kajian Komunikasi Pembangunan Dinas Pekerjaan Umum Dalam meningkatkan Perbaikan Infrastruktur Kota Manado*, Vol 6. No. 3.
- Chairil,Fahmi H., dan Eko Jokolelono. (2018).*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Dalam Mempercepat Pembangunan Kota Palu*. *Jurnal Katalogis*. Volume 6 Nomor 7.

Jauhari, Jaidan.(2020). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. Jurnal Sistem Informasi (JSI). Volume 2, Nomor 2.

Jurnal Makna, Volume 1, Nomor 1

Kurniasari, Cahyono, dan Yuliati. 2018. Kearifan Lokal Petani Tradisional Samin di Desa Klopoduwur, Kecamatan Banjarejo, Kabupaten Blora. Jurnal Habitat, 29 (1), 2018, 33-37

Lestari Mangesti, Dkk. 2016. Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Dan Tingkat Sosial Ekonomi Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Membayar Pbb Di Kecamatan Kota Kudus. Jurnal Of Public Policy And Management Review. Vol 3 (3)

Muchtar, Karmila.2016. Penerapan Komunikasi Partisipatif Pada Pembangunan Di Indonesia.

Naripati, Rahmadina. 2019. Skripsi. Strategi Komunikasi Persuasif Kantor Wajib Pajak Badan. Universitas Sriwijaya.

Putra, Adnan Husada. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. Vol.5. No.2.

Ramdonny Dan Maskarto. 2018. Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis . Jurnal Ekonomika. Vol 1 (2)

Surahmi, A., & Farid, H. M. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang. Jurnal Komunikasi. Vol 7. No.2.

Susilo, S.Y., Krisnadewara, P.D., dan Soeroso, A.,. (2008). "Masalah dan Kinerja Industri kecil Pascagempa: Kasus di Kabupaten Klaten (Jateng) dan Kabupaten Bantul (DIY)". Jurnal Akuntansi Bisnis dan Manajemen, Vol. 15 No. 2, Agustus (2008), hal. 271 –280.

Syarah, Maya Mag. 2016. Pendekatan Komunikasi Partisipatori. Dalam Penanggulangan Penyakit Di Kalangan Masyarakat Miskin. Jurnal Komunikasi. Vol2(2)

Wahyuningsih, Sri. (2009). Peranan UKM dalam Perekonomian Indonesia. Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian. Vol.5. No.1.

Website :

Badan Pusat Statistika.(2018). Data Kementrian Koperasi dan Kecil Menegah

Bps.go.id."TabelPerkembanganUMKM"<https://www.bps.go.id/indicator/13/1099/1/tabel-perkembangan-umkm.html>. diakses pada 25 Januari 2021.

Buku Manual Rumah BUMN 2019

Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM Kabupaten Ogan Ilir

<http://perindagkop.oganilirkab.go.id/>. diakses 4 Januari 2021.

[https://m.kumparan.com/amp/urbanid/meningkat-pesat-tahun-2018-](https://m.kumparan.com/amp/urbanid/meningkat-pesat-tahun-2018-pertumbuhan-umkm-di-sumsel-tumbuh-tipis-2019-1ssS5z0rxYI)

[pertumbuhan-umkm-di-sumsel-tumbuh-tipis-2019-1ssS5z0rxYI](https://m.kumparan.com/amp/urbanid/meningkat-pesat-tahun-2018-pertumbuhan-umkm-di-sumsel-tumbuh-tipis-2019-1ssS5z0rxYI). Di akses pada, 22 Februari 2021.

Jumlah UMKM Ogan Ilir. 2017. perindagkop.oganilirkab.go.id diakses pada 7 Januari 2021.

Kumparan.com. (2020). Meningkatkan Pesat Tahun 2018, Pertumbuhan UMKM di Sumsel Tumbuh Tipis 2019.

Peraturan Pemerintah No.39 Tahun 2006

Rkb.id. "Manfaat Gabung Rumah BUMN" :https://rumah-bumn.id/menu_manfaat diakses pada 22 februari 2021.

Tim Studi PSP3-LPPM IPB dan Balitbang Kab. Lampung Barat (2018). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Rumah Kreatif BUMN. Bogor: LPPM IPB.

UU Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. Diakses pada 22 januari 2021

yang diolah dari data. Diakses pada 22 januari 2021.

