

TESIS

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DAN DESA DALAM RANGKA PENINGKATAN KINERJA APARAT
DESA DI KABUPATEN ENREKANG
(STUDI KASUS PENGELOLAAN DANA DESA)**

***COMMUNICATION STRATEGY OF THE COMMUNITY AND VILLAGE
EMPOWERMENT SERVICES IN CONTEXT OF IMPROVING
PERFORMANCE OF VILLAGE APPARATUS IN ENREKANG REGENCY
(A CASE STUDY OF VILLAGE FUND MANAGEMENT)***

SUKMAWATI ZAIN

E022221043



PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DAN DESA DALAM RANGKA PENINGKATAN KINERJA APARAT DESA
DI KABUPATEN ENREKANG
(STUDI KASUS PENGELOLAAN DANA DESA)**

TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi
Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh:

SUKMAWATI ZAIN
E022221043

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN DESA
DALAM RANGKA PENINGKATAN KINERJA APARAT DESA
DI KABUPATEN ENREKANG
(STUDI KASUS PENGELOLAAN DANA DESA)**

Disusun dan diajukan oleh

SUKMAWATI ZAIN

E022221043

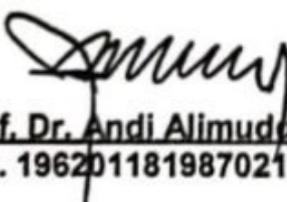
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam
rangka penyelesaian Studi Program Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **15 Agustus 2024**

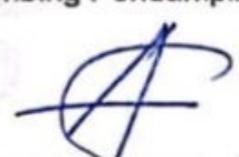
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,


Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde., M.Si
NIP. 196201181987021001


Prof. Dr. Muh. Akbar., M.Si
NIP. 196506271991031004

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,


Prof. Dr. Muh. Akbar., M.Si
NIP. 196506271991031004




Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si
NIP. 197508182008011008

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : SUKMAWATI ZAIN

Nomor Induk Mahasiswa : E022221043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 15 Agustus 2024

Yang menyatakan



SUKMAWATI ZAIN

ABSTRAK

SUKMAWATI ZAIN. *Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam Rangka Peningkatan Kinerja Aparat Desa di Kabupaten Enrekang: Studi Kasus Pengelolaan Dana Desa* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Muhammad Akbar).

Keterbatasan kapasitas sumber daya manusia aparatur pemerintah desa merupakan masalah yang terjadi pada pemerintah desa dalam pengelolaan dana desa. Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa sebagai pembina desa dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa di Kabupaten Enrekang, khususnya pada pengelolaan dana desa dan (2) hambatan komunikasi yang dihadapi oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam peningkatan kinerja aparat desa di Kabupaten Enrekang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informan sebanyak lima orang yang memiliki informasi dan pengalaman yang berkaitan dengan peningkatan kinerja aparat desa, yaitu Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Kepala Bidang Pemerintahan Desa, dan kepala desa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa, khususnya dalam pengelolaan dana desa melalui tahap penelitian komunikasi, perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi dan evaluasi komunikasi dan (2) hambatan komunikasi yang dihadapi oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam peningkatan kinerja aparat desa adalah adanya informasi yang tidak tepat sasaran karena terdapat perbedaan persepsi, keterbatasan kemampuan peserta dalam memahami pesan atau materi secara tepat, dan terdapat gangguan secara teknis yang biasa terjadi, yaitu pendengaran kurang tajam karena terdapat gangguan pada pengeras suara.

Kata kunci: strategi komunikasi, kinerja, aparat desa, pengelolaan dana desa



ABSTRACT

SUKMAWATI ZAIN. *Communication Strategy of Community and Village Empowerment Services in Context of Improving Performance of Village Apparatus in Enrekang Regency: A Case Study of Village Fund Management* (supervised by Andi Alimuddin Unde and Muhammad Akbar)

The limitation of the human resources capacity of village government apparatus is a problem that occurs in the village government in managing the village funds. The research aims at investigating and describing the communication strategy carried out by the Community and Village Empowerment Services as the village supervisors in order to improve the performance of the village apparatus in Enrekang Regency, especially in managing the village funds, as well as what are the communication obstacles faced by the Community and Village Empowerment Services in improving the performance of the village apparatus in Enrekang Regency. The research used the qualitative method using the case study approach. The informants taken in this research were five people who had information and experience related to improving the performance of the village apparatus, namely the Head of the Community and Village Empowerment Services, the Head of the Village Government Division and the Village Head. The research results indicate that: (1) the communication strategy carried out by the Community and Village Empowerment Services in order to improve the performance of the village apparatus, especially in managing the village funds through the stages of the communication research, communication planning, communication implementation and communication evaluation, and (2) the communication obstacle faced by the Community and Village Empowerment Services in Improving the performance of the village apparatus is that there is the information that is not on the target due to the differences in the perception, limited ability of the participants to understand the message or material correctly and technical problem that usually occurs, namely less sharp hearing due to problem with the loudspeakers.

Key words: communication strategy, performance, village apparatus, village fund management



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia, ridho dan rahmat-Nya sehingga penulisan serta penyusunan tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa pula penulis kirimkan kehadiran Nabi Muhammad SAW, yang menjadi panutan dan suri tauladan dalam kehidupan ummat manusia.

Tesis dengan judul “Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Dalam Rangka Peningkatan Kinerja Aparat Desa (Studi Kasus Pengelolaan Dana Desa)” penulis hadirkan sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom), Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar. Penyelesaian studi dan Tesis ini tidak terlepas dari dukungan, dorongan, bantuan, semangat dan kesabaran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si selaku pembimbing pertama dan Prof. Dr. Muhammad Akbar selaku pembimbing kedua, yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi serta petunjuk pada setiap proses penulisan tesis ini sampai akhir hingga dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.

2. Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M. Si, Dr. Arianto, S. Sos, M. Si dan Dr. Muhammad Farid, M. Si selaku tim penguji yang telah memberikan arahan dan masukannya untuk melengkapi penyusunan tesis ini.
3. Prof. Dr. Muhammad Akbar, M. Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
4. Segenap Dosen Pasca Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan bimbingan, pelayanan, serta arahan selama penulis menempuh proses perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Seluruh staf Departemen Ilmu Komunikasi dan seluruh staf akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
6. Pemerintah Kabupaten Enrekang, para pimpinan dan pegawai Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Enrekang dan Kepala Desa yang telah meluangkan waktu dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengadakan penelitian di Kabupaten Enrekang serta berkenan memberikan informasi kepada penulis terkait penelitian ini.
7. Kementerian Komunikasi dan Informatika yang telah membantu pembiayaan melalui program Beasiswa Dalam Negeri Kominfo Tahun 2022.

8. Awardee Beasiswa Kominfo Angkatan Tahun 2022 yang senantiasa jadi teman diskusi dan teman berbagi baik suka maupun duka serta saling memberi motivasi selama masa perkuliahan sampai tahap penyelesaian studi.
9. Kedua orang tua Muh. Zain (Alm) dan Hj. Satriah Said (Almh) yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan semangat bagi penulis dalam menjalani proses kehidupan serta saudara-saudara penulis: Sismayanti Zain, Sudirman Zain, Saidiman Zain dan Sitti Rahma Zain yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis hingga saat ini.
10. Suamiku Andi Zulkarnaen yang senantiasa mencurahkan perhatian, do'a dan dukungan serta semangat bagi penulis untuk bisa menyelesaikan tesis ini.
11. Dan kepada semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi dukungan dalam penyelesaian Tesis ini.

Akhir kata penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tesis ini. Untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kekeliruan, kesalahan ataupun kekurangan dalam penulisan tesis ini, baik yang disadari maupun tidak disadari. Besar harapan penulis agar tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Makassar, Agustus 2024

Sukmawati Zain

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Tinjauan Hasil Penelitian.....	15
B. Tinjauan Teori dan Konsep.....	21
1. Tinjauan Teori.....	21
a. Teori Komunikasi Organisasi.....	21
b. Teori Struktur Klasik	27
c. Teori Difusi Inovasi.....	30
2. Tinjauan Konsep.....	33
a. Pengertian Strategi.....	33
b. Komunikasi.....	35
c. Strategi Komunikasi.....	40
C. Kerangka Pemikiran.....	48
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	49
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
B. Pengelolaan Peran Sebagai Peneliti	49

C. Lokasi Penelitian.....	49
D. Sumber Data.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Teknik Analisis Data.....	53
G. Pengecekan Validitas Temuan.....	54
H. Tahap-Tahap Penelitian dan Jadwalnya	55
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Hasil Penelitian	57
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	57
a. Keadaan Geografis Kabupaten Enrekang	57
b. Keadaan Demografi Kabupaten Enrekang	60
c. Pemerintah Kabupaten Enrekang.....	62
2. Gambaran Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	63
a. Struktur Organisasi DPMD	64
b. Tujuan dan Sasaran	69
B. Hasil Temuan Penelitian	70
1. Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam Rangka Peningkatan Kinerja Aparat Desa di Kabupaten Enrekang	70
2. Hambatan Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam Rangka Peningkatan Kinerja Aparat Desa di Kabupaten Enrekang	83
C. Pembahasan.....	88
BAB 5 PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tahap-Tahap Penelitian dan Jadwalnya	56
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk dan Presentase Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Enrekang.....	61
Tabel 4.2 Matriks Hasil Penelitian.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 3.1 Teknik analisis data Miles and Huberman.....	54
Gambar 4.1 Luas Daerah Menurut Kecamatan	58
Gambar 4.2 Jarak dari Ibukota Kecamatan ke Ibukota Kabupaten di Kabupaten Enrekang	58
Gambar 4.3 Bagan Struktur Organisasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Enrekang.....	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa merupakan kebijakan penting dan fundamental dalam tata kelola pemerintahan desa. Salah satu keputusan strategis yang dibuat oleh pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat adalah ditetapkannya alokasi Dana Desa dalam rangka pelaksanaan hak dan kewajiban desa. Namun demikian seiring dengan terobosan besar melalui implementasi undang-undang desa, pemerintah juga memiliki pekerjaan rumah yang tidak ringan mengingat potensi persoalan dan kegagalan yang ditimbulkan tidak kecil jika dikaitkan dengan kondisi pemerintahan desa yang umumnya masih lemah.

Diakui atau tidak penyelenggaraan pemerintahan desa hingga saat ini masih memiliki banyak kelemahan dilihat dari kapasitas manajemen pemerintahan desa dan kompetensi kepala desa dan perangkat desa. Lebih jauh apabila mengacu pada amanah undang-undang yang tertuang pada Pasal 24 bahwa asas penyelenggaraan pemerintahan desa mencakup: kepastian hukum, tertib penyelenggaraan pemerintahan, tertib kepentingan umum, keterbukaan, proporsionalitas, profesionalitas, akuntabilitas, efektifitas dan efisiensi, serta partisipatif, maka sudah seharusnya pemerintah membantu meningkatkan kapasitas pemerintahan desa

agar amanat undang-undang tersebut dapat dilaksanakan dengan baik.

Apabila dicermati dari substansi rincian amanah undang-undang dalam Pasal 24 tersebut dapat dikatakan bahwa amanah tersebut mengandung nilai-nilai *good governance* dan demokrasi lokal yang tinggi. Undang-Undang Desa yang baru mengamanatkan hak dan kewajiban yang tidak ringan bagi desa. Pasal 67 ayat (1), di dalam undang-undang desa secara substansial menyebutkan bahwa desa berhak mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat, menetapkan dan mengelola kelembagaan desa dan mendapatkan sumber pendapatan.

Sementara pada ayat (2), secara eksplisit disebutkan bahwa kewajiban desa terdiri dari: a) melindungi dan menjaga persatuan, kesatuan serta kerukunan masyarakat desa dalam rangka kerukunan nasional dan keutuhan NKRI; b) meningkatkan kualitas masyarakat desa; c) mengembangkan kehidupan demokrasi; d) mengembangkan pemberdayaan masyarakat desa; e) memberikan dan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat desa.

Wewenang, hak dan kewajiban desa tersebut memunculkan banyak harapan, tantangan juga kekhawatiran yang bermuara pada tuntutan terhadap meningkatnya kapasitas penyelenggara pemerintahan desa dalam hal ini adalah pemerintah desa yang terdiri dari kepala desa dan perangkat desa. Wewenang, hak dan

kewajiban desa memiliki dimensi yang luas terkait dengan pelaksanaan dan pengelolaan berbagai aspek yang melingkupinya, seperti: keuangan dan kekayaan desa, perencanaan dan anggaran desa, kebijakan desa, pelayanan desa, kepemimpinan kepala desa, kelembagaan dan perangkat desa, pemberdayaan masyarakat desa, kapasitas Badan Permusyawaratan Desa, dan aspek lain yang relevan.

Problemnya adalah terdapat indikasi yang menunjukkan bahwa beban pemerintah desa sangat berat untuk melaksanakan amanat undang-undang desa jika melihat berbagai problematika dan kondisi pemerintahan desa dalam menjalankan hak, wewenang, dan kewajibannya.

Idealnya pemerintah Desa dalam mengelola dana desa yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan dan pertanggungjawaban yang baik adalah bagaimana sumber daya manusia itu sendiri karena bagaimanapun dengan sumberdaya yang handal akan mampu mengelola keuangan desa secara baik, benar, terbuka dan akuntabel agar terhindar dari penyalahgunaan wewenang dan kesalahan dalam penggunaan dana yang dapat mengakibatkan pemerintah desa bermasalah dengan Aparat Penegak Hukum.

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Desa, keuangan desa

dikelola berdasarkan asas transparan, akuntabel, partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran. Dalam pengelolaan dana desa, kepala desa dan perangkat mempunyai tugas pokok dan fungsinya masing-masing. Kepala desa adalah Pemegang Kekuasaan Pengelolaan Keuangan Desa (PKPKD) dan mewakili pemerintah desa dalam kepemilikan kekayaan milik Desa yang dipisahkan dan mempunyai beberapa kewenangan.

Kepala Desa dalam melaksanakan kekuasaan pengelolaan keuangan Desa, menguasakan sebagian kekuasaannya kepada perangkat Desa selaku Pelaksana Pengelolaan Keuangan Desa (PPKD) yang ditetapkan dengan keputusan kepala desa. PPKD terdiri atas sekretaris desa, kepala urusan (kaur perencanaan dan kaur tata usaha dan umum) dan kepala seksi (kasi pemerintahan, kasi kesejahteraan dan kasi pelayanan), serta kaur keuangan. Kaur dan Kasi dalam melaksanakan tugas dapat dibantu oleh tim yang melaksanakan kegiatan pengadaan barang/jasa yang karena sifat dan jenisnya tidak dapat dilakukan sendiri. Tim tersebut berasal dari unsur perangkat desa (pelaksana kewilayan atau kepala dusun), lembaga kemasyarakatan desa dan/atau masyarakat, yang terdiri atas ketua, sekretaris dan anggota, yang ditetapkan melalui keputusan kepala desa.

Pemerintah Desa dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya, khususnya pada pengelolaan dana desa sering

mengalami masalah atau kendala. Masalah tersebut dapat berasal dari dalam organisasi pemerintah desa itu sendiri dan juga beberapa faktor penyebabnya berasal dari luar organisasi pemerintah desa.

Masalah-masalah yang dihadapi desa tersebut salah satunya disebabkan karena komunikasi yang tidak terbangun antar sesama perangkat desa dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari. Komunikasi yang kurang intens antar sesama perangkat desa dapat menyebabkan kurangnya kerjasama dalam melaksanakan pekerjaan khususnya dalam pengelolaan dana desa. Hal ini dapat mengakibatkan pekerjaan tertumpu pada satu atau dua orang perangkat desa saja sehingga pemerintah desa kurang maksimal dalam menyelesaikan tugasnya khususnya dalam pengelolaan dana.

Faktor lain yang juga menjadi kendala yaitu kurangnya komunikasi pemerintah desa dengan pemerintah daerah, dalam hal ini kurangnya koordinasi yang dilakukan oleh pemerintah desa dalam rangka pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya. Seharusnya pemerintah desa banyak melakukan koordinasi agar setiap kendala yang dialami dalam pelaksanaan tugasnya khususnya dalam pengelolaan dana desa bisa mendapatkan solusi dari pemerintah daerah.

Berdasarkan masalah tersebut, sangat diharapkan inisiatif dari Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Pemberdayaan Masyarakat

dan Desa (DPMD) sebagai pembina Pemerintah Desa, untuk memberikan solusi terbaik agar masalah dan kendala yang dihadapi oleh pemerintah desa bisa diatasi dengan maksimal. Yang menjadi perhatian oleh pemerintah daerah adalah bagaimana menyusun strategi komunikasi dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa dalam pengelolaan Dana Desa agar dapat melaksanakan program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat yang menjadi sasaran dan tujuan dari adanya Dana Desa tersebut.

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Seseorang atau kelompok melakukan komunikasi artinya ada sebuah tujuan yang ingin dicapai yaitu pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan. Agar pesan yang ingin disampaikan bisa sempurna dipahami oleh penerima, maka diperlukan strategi komunikasi.

Cangara (2017) mengemukakan strategi adalah konsep militer yang biasa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*) atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya, kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh sebelum mereka mengerjakannya”.

Liliweri (2011) mengemukakan beberapa tujuan dalam strategi komunikasi antara lain:

1. Memberitahu (*announcing*), yaitu pemeritahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang sedemikian penting.
2. Memotivasi (*motivating*), dalam strategi komunikasi kita dapat mengusahakan agar informasi yang disebarkan dapat memberikan motivasi kepada masyarakat.
3. Mendidik (*educating*) yaitu menyampaikan informasi yang menambah pengetahuan masyarakat, seperti bagaimana peranan dan keterlibatan masyarakat dalam memelihara kesehatan lingkungan, bagaimana menghindari demam berdarah melalui pembersihan lingkungan rumah tangga secara teratur, dan sebagainya.
4. Menyebarkan informasi (*informing*), salah satu tujuan strategi komunikasi adalah untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran komunikator.
5. Mendukung pembuatan keputusan (*supporting decision making*), dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama dalam pembuatan keputusan.

Strategi komunikasi juga dilakukan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah baik itu di ruang lingkup organisasi ataupun digunakan untuk melakukan pembinaan kepada pemerintah desa dan juga pemberdayaan kepada masyarakat.

Tujuan pemberian dana desa yang bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) yaitu diprioritaskan untuk pembangunan dan pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa dana desa yang berasal dari pusat tidak hanya diprioritaskan untuk pembangunan infrastruktur desa tetapi juga diperuntukkan untuk pemberdayaan masyarakat desa.

Hal ini dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 60 tahun 2014 tentang Dana Desa yang bersumber dari Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara, pada pasal 19 ayat (2) dijelaskan bahwa dana desa sebagaimana dimaksud ayat (1) diprioritaskan untuk membiayai pembangunan dan pemberdayaan masyarakat Desa.

Sebanyak 112 (Seratus Dua Belas) Desa di Kabupaten Enrekang yang menerima dana desa yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Pengelolaan dana desa dimulai dari perencanaan program, diteruskan ke pelaksanaan dan penatausahaan kemudian dilaporkan dan dipertanggungjawabkan. Pengelolaan dana desa disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan prioritas program yang ditetapkan oleh pemerintahan desa.

Pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Enrekang adalah merupakan unsur pelaksana urusan Pemerintahan bidang pemberdayaan masyarakat dan desa yang mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah bidang pemberdayaan masyarakat dan desa. Dimana salah satu fungsi dari DPMD adalah melakukan pembinaan dalam peningkatan kinerja dan kapasitas aparat desa dalam hal pengelolaan Dana Desa kepada Pemerintah Desa dan pemberdayaan masyarakat sebagai sasaran dan tujuan dari pembangunan yang bersumber dari anggaran Dana Desa.

Berdasarkan pengamatan awal yang peneliti lakukan, diperoleh informasi bahwa pengelolaan dana desa di Kabupaten Enrekang masih terdapat banyak kesalahan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan dan pada pelaporan serta pertanggungjawaban kegiatan yang dibiayai dari dana desa. Pada tahap perencanaan penggunaan dana desa lebih cenderung pada program yang akan dilaksanakan berdasarkan rencana kepala desa sehingga pada saat musrenbang desa masyarakat yang hadir hanya sebatas untuk mendengar. Program kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah desa tidak diketahui oleh masyarakat sebagai sasaran kebijakan dari dana desa.

Terdapat beberapa kasus penyalahgunaan dana desa di Kabupaten Enrekang, diantaranya adalah yang terjadi di Desa Tungka Kec. Enrekang dan Desa Lunjen Kecamatan Buntu Batu. Pertama, kasus yang terjadi di Desa Tungka yang melibatkan mantan Kepala Desa, mantan Bendahara dan pihak ketiga (pemilik toko/penyedia barang). Adapun kerugian negara berdasarkan audit BPKP Sulawesi Selatan, sebesar Rp 492 Juta dari anggaran tahun 2016-2017 dengan nilai Pagu Rp1,2 miliar. Dari hasil persidangan di Pengadilan Tindak Pidana Korupsi (Tipikor) Makassar dijatuhkan pidana penjara selama 1 tahun 6 bulan masing-masing kepada pemilik toko dan mantan bendahara serta 1 tahun 8 bulan kepada mantan Kepala Desa Tungka. Kedua, kasus yang terjadi di Desa Lunjen yang melibatkan mantan Kepala Desa dan pihak ketiga (penyedia barang) yaitu penyalahgunaan dana pada kegiatan pengadaan pipanisasi jaringan air bersih tahun anggaran 2018 dan pengadaan hidram pam air bersih lanjutan tahun anggaran 2019. Dari hasil persidangan di Pengadilan Tindak Pidana Korupsi (Tipikor) Makassar dijatuhkan pidana penjara selama 2 tahun dan denda Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) kepada mantan Kepala Desa Lunjen serta selama 1 tahun dan denda Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) kepada pihak ketiga (penyedia barang).

Masalah-masalah yang terjadi pada pemerintah desa dalam pengelolaan dana desa, ditemukan beberapa masalah yang

menghambat yaitu : adanya keterbatasan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) aparatur pemerintah desa dalam pengelolaan keuangan desa dimana munculnya ketergantungan pada 1 atau 2 orang perangkat desa yang menguasai IT; kurangnya pemahaman pentingnya transparansi pengelolaan dana desa bagi aparatur pemerintah desa, sehingga diperlukan peningkatan kapasitas bagi kepala desa, perangkat desa, dan Lembaga Kemasyarakatan Desa Baik BPD, LPMD, Karangtaruna dll; tugas pokok dan fungsi yang kurang diperhatikan oleh kepala desa dan perangkat desa dimana masih banyak yang tumpang tindih serta kurangnya kesadaran dan tanggungjawab dari perangkat dalam melaksanakan tugasnya sebagai pelaksana pengelolaan keuangan desa sesuai dengan tupoksinya masing-masing; prosedur dan proses penyusunan laporan pertanggungjawaban (LPJ) masih dianggap rumit oleh perangkat desa disebabkan karena perangkat desa tidak dapat melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan tupoksinya dalam pengelolaan keuangan desa; ada beberapa kepala desa yang kurang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan pengelolaan keuangan desa sehingga sebagian masih disalahgunakan; kurangnya sarana prasarana dikantor Desa terutama banyak yang belum ideal kantor desanya sehingga perangkat desa tidak maksimal dalam melaksanakan pekerjaan; dan keterbatasan anggaran pembinaan, pengawasan, monitoring dan evaluasi dalam

pengelolaan keuangan desa pada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Lingkungan Pemerintah Kabupaten.

Komunikasi dan koordinasi dari Pemerintah Desa, dalam hal ini komunikasi Kepala Desa yang kurang baik dalam menjalin komunikasi dan koordinasi baik secara vertikal maupun secara horisontal dapat menyebabkan pengelolaan dana Desa terganggu. Jika hubungan antara pemerintah desa dengan pemerintah daerah terganggu akibat adanya permasalahan yang bersifat umum seperti menyalahi aturan umum dan secara teknis (misalnya terlambat membuat laporan) dapat menyebabkan terkendalanya proses pencairan dana yang otomatis akan menghambat pelaksanaan kegiatan di Desa. Komunikasi dan koordinasi yang dilakukan oleh kepala desa secara horizontal, misalnya dengan Badan Permusyawaratan Desa, maka akan menimbulkan terganggunya proses jalannya pemerintahan desa.

Berdasarkan pemaparan masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Dalam Rangka Peningkatan Kinerja Aparat Desa di Kabupaten Enrekang (Studi Kasus Pengelolaan Dana Desa)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, selanjutnya rumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa sebagai pembina desa dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa dalam pengelolaan dana desa di Kabupaten Enrekang?
2. Bagaimana hambatan komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam rangka melakukan peningkatan kinerja aparat desa dalam pengelolaan dana desa di Kabupaten Enrekang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa sebagai pembina desa dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa dalam pengelolaan dana desa di Kabupaten Enrekang.
2. Untuk menganalisis hambatan komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam rangka melakukan peningkatan kinerja aparat desa dalam pengelolaan dana desa di Kabupaten Enrekang.

D. Kegunaan penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik bagi tujuan akademis maupun tujuan praktis. Adapun kedua manfaat tersebut adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan pembaca tentang ilmu komunikasi dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya terfokus kepada strategi komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Sebagai masukan bagi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Enrekang dalam melakukan pembinaan peningkatan kinerja aparat desa di Kabupaten Enrekang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Hasil Penelitian

1. Hayu Lusianawati, (2010), Strategi Komunikasi dalam Membangun Citra Wisata Bahari (Studi Kasus Pada Kabupaten Adm. Kepulauan Seribu), Universitas Sahid Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa strategi komunikasi dan untuk mengetahui kebijakan dinas pariwisata DKI Jakarta dalam mencitrakan daerah tujuan wisata bahari Kabupaten Kepulauan Seribu. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan metode studi kasus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dirancang oleh Humas Suku Dinas Pariwisata Kepulauan Seribu dilakukan melalui penyelenggaraan berbagai event baik ditingkat lokal maupun nasional. Dalam hal ini terdapat empat tahapan proses perencanaan seperti yang dikemukakan oleh Smith, yaitu *Formative Research Phase*, *Strategy Phase*, *Tactic Phase*, dan langkah terakhir adalah dengan melakukan evaluasi (*evaluation*) untuk melihat hasil pelaksanaan tersebut. Dari hasil evaluasi tersebut diketahui bahwa strategi komunikasi yang dilakukan telah sesuai dengan konsep strategi komunikasi *Public Relations*. Metode saluran komunikasi satu arah (media massa) dan saluran komunikasi dua arah (antar organisasi/stakeholder) menjadi salah satu bentuk strategi yang

diterapkan, sehingga dapat membangun citra Kabupaten Kepulauan Seribu menjadi daerah tujuan wisata di Jakarta.

Penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Kesamaannya adalah dalam hal membahas strategi komunikasi dan pendekatan yang digunakan juga sama yakni metode kualitatif deskriptif. Perbedaannya adalah penelitian ini fokus pada strategi komunikasi dalam membangun citra Wisata Bahari sedangkan penelitian peneliti fokus pada strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa.

2. Sitti Murniati Muhtar, (2013), Strategi Komunikasi Dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) oleh Humas PT. Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Universitas Hasanuddin Makassar.

Penelitian ini berorientasi pada analisis strategi komunikasi Humas PT. Semen Tonasa pada pelaksanaan program CSR dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi kepustakaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas PT. Semen Tonasa pada pelaksanaan program CSR semakin dikembangkan dengan bentuk transparansi dan partisipasi aktif masyarakat sekitar. Strategi komunikasi humas PT. Semen Tonasa pada pelaksanaan program CSR sangat dipengaruhi

oleh banyak faktor, dua diantaranya adalah pengakuan pihak manajemen perusahaan tentang adanya pihak-pihak yang ingin mengambil bagian pada pelaksanaan/pengelolaan program CSR dan pengakuan pihak masyarakat yang terlibat pada program CSR tentang syarat dan kendala yang ditemui dalam pelaksanaan program CSR.

Penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Kesamaannya adalah dalam hal membahas strategi komunikasi. Perbedaannya adalah pada penelitian ini fokus pada strategi komunikasi Humas PT. Semen Tonasa pada pelaksanaan program CSR sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti berfokus kepada bagaimana strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa.

3. Judith Wira Satya Ambara, (2022), Analisis Strategi Komunikasi Pimpinan Terhadap Peningkatan Kualitas Kinerja Pegawai Pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Hasanuddin, Universitas Hasanuddin Makassar.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi antara pimpinan terhadap pegawai (bawahan) dalam peningkatan kualitas kinerja pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Hasanuddin dan menganalisis penerapan strategi komunikasi pimpinan terhadap pegawai (bawahan) dalam

meningkatkan kualitas kinerja pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Hasanuddin. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan analisis data menggunakan metode Miles dan Hubberman dengan langkah-langkah pereduksian data, pengumpulan data, penyajian data dan penyimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan pimpinan terhadap peningkatan kualitas kinerja pegawai meliputi beberapa tahapan, yaitu strategi komunikasi pimpinan dan peningkatan kualitas kinerja. Penerapan strategi komunikasi pimpinan terhadap kinerja pegawai pada Lembaga penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan komunikasi vertikal, horizontal dan komunikasi diagonal. Fakta di lapangan teori yang digunakan yaitu teori hubungan manusia dan teori informasi organisasi.

Penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Kesamaannya adalah dalam hal membahas strategi komunikasi dan pendekatan yang digunakan juga sama yakni metode kualitatif deskriptif. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus bagaimana strategi komunikasi pimpinan terhadap peningkatan kualitas kinerja pegawai pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Hasanuddin sedangkan dalam penelitian ini peneliti

berfokus bagaimana strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa.

4. Muh. Fachri Karim Haba, (2022), Strategi Komunikasi Dinas Perpustakaan Kota Makassar Dalam Meningkatkan Minta Baca Masyarakat, Universitas Hasanuddin Makassar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi komunikasi Dinas Perpustakaan Kota Makassar dalam meningkatkan minat baca masyarakat, mengungkapkan efektivitas strategi komunikasi Dinas Perpustakaan Kota Makassar dalam meningkatkan minat baca masyarakat dan menggambarkan hambatan strategi komunikasi Dinas Perpustakaan Kota Makassar dalam meningkatkan minat baca masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data menggunakan teknis observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Perpustakaan Kota Makassar yaitu menentukan tujuan pesan komunikasi, mengenal khalayak/sasaran, menentukan komunikator, menyusun pesan, memilih saluran komunikasi dan mengevaluasi program. Strategi komunikasi tersebut diterapkan pada berbagai layanan inovasi/program yang telah direncanakan oleh Dinas Perpustakaan Kota Makassar, yaitu layanan inovasi *Dongkel With Mobile Library*, layanan inovasi Sentuh Pustaka, layanan inovasi Magang Mandiri Khusus Alumni (MARIKI), layanan inovasi Dongeng

Online dari Rumah (DOngkelor), layanan inovasi Kelas Khusus Pemustaka (Kusuka), layanan inovasi Kartu Perpustakaan Bisa PeDe, layanan inovasi Mini Pustaka Mart/Ga'de-Ga'de Pustaka dan program e-Pustaka.

Penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Kesamaannya adalah dalam hal membahas strategi komunikasi dan pendekatan yang digunakan juga sama yakni metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta pengumpulan data menggunakan teknis observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus bagaimana mengungkapkan strategi komunikasi Dinas Perpustakaan Kota Makassar dalam meningkatkan minat baca masyarakat, mengungkapkan efektivitas strategi komunikasi Dinas Perpustakaan Kota Makassar dalam meningkatkan minat baca masyarakat dan menggambarkan hambatan strategi komunikasi Dinas Perpustakaan Kota Makassar dalam meningkatkan minat baca masyarakat sedangkan penelitian ini peneliti berfokus bagaimana strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam rangka peningkatan kinerja aparat desa.

B. Tinjauan Teori dan Konsep

1. Tinjauan Teori

a. Teori Komunikasi Organisasi

Berlo, mengemukakan bahwa komunikasi sebagai suatu hal yang penuh keberhasilan jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan tersebut bahwa makna yang diterima sama dengan apa yang dimaksud. Sedangkan Myers dan Myers, mengemukakan gagasannya tentang komunikasi sebagai titik pusat kekuatan menyatukan sehingga terjadi koordinasi antara orang-orang dan karenanya mereka akan bergerak pada suatu kegiatan yang terorganisir. Menurut John Fiske, komunikasi adalah aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara jelas dan memuaskan.

Komunikasi merupakan interaksi antar individu melalui alat komunikasi yang menghasilkan pesan yang pengertiannya telah sama-sama disepakati oleh komunikator. Fiske juga mengungkapkan bahwa, komunikasi sebagai interaksi sosial dan proses di mana seseorang berhubungan dengan orang lain, atau proses memengaruhi perilaku, cara berpikir ataupun respon emosional, terhadap orang lain, dan hal tersebut terjadi sebaliknya. Cherry mengungkapkan bahwa komunikasi lebih mengutamakan pada kegiatan saling berbagi unsur perilaku, atau

modus kehidupan, melalui perangkat-perangkat aturan. Sementara itu Merrill, berpendapat komunikasi adalah suatu penyesuaian pikiran, penciptaan simbol bersama di dalam pikiran para peserta. Oleh karena itu agar terbentuknya suatu pikiran atau ide yang baik bagi para pegawai maka diperlukan komunikasi yang sangat baik pula.

Sedangkan organisasi didefinisikan berbeda-beda oleh para tokoh. Menurut W.J.S Porwodarminto, organisasi merupakan aturan dari berbagai bagian (orang atau kelompok), sehingga menjadi satu kesatuan yang teratur dan tertata rapi. Max Weber mengemukakan bahwa organisasi merupakan pengaturan dan penyusunan bagian tertentu hingga menjadi satu kesatuan, sehingga menjadi satu kesatuan yang teratur dan gabungan kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Stoner mendefinisikan organisasi sebagai suatu pola hubungan melalui sekelompok orang di bawah pengarahan manajer untuk mencapai tujuan bersama. Sedangkan Victor A. Thompson mendefinisikan organisasi sebagai suatu integrasi dari sejumlah orang ahli yang bekerja sama dengan sangat rasional untuk mencapai tujuan-tujuan yang spesifik dan telah disepakati sebelumnya.

Frank Jefkinse menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah bentuk komunikasi yang diarahkan ke dalam dan ke luar

(dimaksudkan untuk pihak organisasi dan publik sebagai sasaran tujuan). Pace dan Feules berpendapat bahwa komunikasi organisasi adalah penunjukkan dan penafsiran suatu pesan di antara unit-unit komunikasi dari organisasi yang bersangkutan. Sedangkan Devito menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah usaha pengiriman dan penerimaan pesan di dalam organisasi melalui kelompok formal dan informal.

Dengan merujuk dari mengenai komunikasi dan organisasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah pengaturan dan penyusunan bagian tertentu hingga menjadi satu kesatuan, sehingga menjadi satu kesatuan yang teratur dan gabungan kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Liliweri, terdapat dua fungsi komunikasi organisasi secara umum dan khusus. Fungsi umum yaitu: (1) Untuk menyampaikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana cara melaksanakan suatu pekerjaan yang biasa disebut sebagai *job description*. (2) Untuk menjual sifat berupa gagasan dan ide, pendapat dan fakta yang dibutuhkan oleh sebuah instansi yang membutuhkan tenaga ahli yang mempunyai sifat profesional di bidang komunikasi di dalam organisasi. (3) Komunikasi organisasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan karyawan untuk mengemukakan pendapat. Sedangkan fungsi khusus yaitu : (1) Meningkatkan keterlibatan anggota organisasi

secara fisik dan mental mengenai hal apapun yang terjadi di organisasi. (2) Meningkatkan hubungan relasi antar anggota organisasi. (3) Membuat para anggota memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalah yang bersifat ambigu.

Dari beberapa penjelasan mengenai fungsi komunikasi organisasi di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa fungsi komunikasi organisasi adalah meningkatkan proses penyampaian pesan di antara anggota organisasi mengenai pekerjaan agar tetap berjalan efektif. Hal tersebut dapat diterapkan dalam ruang lingkup baik eksternal maupun internal.

Dalam komunikasi organisasi, hal yang paling penting di dalamnya adalah bagaimana informasi berpindah secara formal dari seseorang yang otoritasnya lebih tinggi kepada orang lain yang otoritasnya lebih rendah (komunikasi ke bawah), informasi yang bergerak dari suatu jabatan yang otoritasnya lebih rendah kepada orang yang otoritasnya lebih tinggi (komunikasi ke atas), informasi yang bergerak diantara orang-orang yang mempunyai tingkatan jabatan yang sama (komunikasi horizontal), dan informasi atau pesan yang bergerak diantara orang-orang dan jabatan-jabatan yang tidak menjadi atasan ataupun bawahan satu dengan yang lainnya dan mereka menempati bagian fungsional yang berbeda (komunikasi diagonal).

1. Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*)

Komunikasi ke bawah adalah komunikasi yang mengalir ke bawah dari orang-orang yang jenjang hierarkinya lebih tinggi ke jenjang yang lebih rendah. Bentuk yang paling umum adalah instruksi, memo resmi, pernyataan tentang kebijakan perusahaan, prosedur, pedoman kerja, dan pengumuman perusahaan. Dalam banyak organisasi, komunikasi ke bawah sering kali kurang tepat dan kurang teliti. Tidak adanya informasi yang jelas yang berhubungan dengan pekerjaan dapat menimbulkan tekanan diantara para anggota organisasi.

2. Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*)

Komunikasi ke atas adalah situasi komunikasi yangmana komunikator berada dalam jenjang yang lebih rendah dalam organisasi dari pada komunikannya. Organisasi yang efektif memerlukan jenis komunikasi ini yangmana porsinya sama banyak dengan komunikasi ke bawah. Beberapa di antaranya antara lain seperti kontak saran-saran, pertemuan kelompok, prosedur naik banding, atau pengaduan. Jika hal-hal ini tidak ada, maka orang akan mencari sesuatu cara untuk mengkomunikasikannya, seperti yang sering terjadi adalah munculnya siaran gelap pegawai di beberapa organisasi besar.

3. Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*)

Komunikasi horizontal adalah arus komunikasi yang sering kali dilupakan dalam desain dari kebanyakan organisasi. Meskipun arus komunikasi vertikal (ke atas dan ke bawah) merupakan pertimbangan utama dalam desain organisasi, namun organisasi yang efektif juga sangat memerlukan komunikasi horizontal. Komunikasi horizontal sangat diperlukan bagi koordinasi dan integrasi dari fungsi-fungsi keorganisasian. Ketiga sistem komunikasi inipun juga terjadi dalam sistem komunikasi dalam birokrasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya komunikasi horizontal ini antara lain adalah unruk mengkoordinasikan penugasan kerja, untuk berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan, untuk memecahkan masalah, untuk memperoleh pemahaman bersama, untuk mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan, serta untuk menumbuhkan dukungan antar personal.

4. Komunikasi Diagonal (*Diagonal Communication*)

Komunikasi Diagonal adalah arus komunikasi yang timbul akibat keinginan pegawai untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional dengan individu-individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka.

b. Teori Struktural Klasik

Teori Struktural Klasik berkembang sejak tahun 1800-an. Dan dapat disebut sebagai teori mesin. Teori ini menjelaskan bahwa organisasi digambarkan sebagai sebuah lembaga yang sentral akan tugas-tugasnya serta memberikan petunjuk mekanisme strukturalnya yang bersifat kaku, monoton dan inovatif. Adanya pola yang mengisyaratkan bahwa terdapat hubungan orang-orang yang mentransformasikan mereka dari suatu kumpulan individu menjadi kelompok orang/sejumlah kelompok menjadi suatu sistem sosial yang lebih besar (Imam, 2021).

Teori struktural klasik terdiri dari organisasi sosial dan organisasi formal. Organisasi sosial merujuk pada pola-pola interaksi sosial yang terjadi dalam sebuah kelompok sosial, yaitu kelompok atau kumpulan orang yang terbentuk atas dasar kesamaan kepentingan yang saling berhubungan dan melakukan interaksi sosial. Hubungan yang terjadi ini menghasilkan aspek status sosial yang berbeda. Jaringan hubungan dan kepercayaan bersama suatu kelompok ini yang biasanya disebut dengan struktur. Sedangkan organisasi formal (birokrasi) memiliki karakteristik birokrasi menurut Weber:

1. Suatu organisasi terdiri dari hubungan yang ditetapkan antara jabatan-jabatan.

2. Tujuan atau rencana organisasi terbagi ke dalam tugas-tugas yang disalurkan di antara berbagai jabatan sebagai kewajiban (*job description*).
3. Kewenangan untuk melaksanakan kewajiban diberikan kepada jabatan (saat sah menduduki jabatan).
4. Garis-garis kewenangan dan jabatan diatur menurut suatu tatanan hierarkis.
5. Suatu sistem aturan/regulasi yang umum tapi tegas yang ditetapkan secara formal, mengatur tindakan-tindakan dan fungsi jabatan dalam organisasi.
6. Prosedur dalam organisasi bersifat formal dan impersonal.
7. Adanya prosedur untuk menjaga disiplin anggota.
8. Anggota organisasi harus memisahkan kehidupan pribadi dan kehidupan organisasi.
9. Pegawai dipilih untuk bekerja dalam organisasi berdasarkan kualifikasi teknis.
10. Penilaian kenaikan jabatan dilakukan berdasarkan senioritas dan prestasi kerja.

Organisasi ada terutama untuk menyelesaikan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Bagi suatu organisasi, ada struktur yang tepat bagi tujuan, lingkungan, teknologi dan partisipannya. Pekerjaan organisasi paling efektif bila ada tantangan lingkungan

dan kepentingan pribadi terhalang oleh norma-norma rasionalitas (Maulana et al., 2022).

Spesialisasi akan meningkatkan taraf keahlian dan performan individu. Koordinasi dan kontrol paling baik melalui praktek otoritas dan aturan-aturan yang tidak bersifat pribadi. Struktur dapat dirancang secara sistematis dan dapat dilaksanakan. Masalah-masalah organisasi biasanya merefleksikan struktur yang tidak tepat, dan dapat diselesaikan melalui perancangan dan pengorganisasian kembali (Rahmandani et al., 2019).

Ada empat kunci dari teori klasik (manajemen ilmiah Taylor):

1. Pembagian kerja, adalah bagaimana organisasi membagi sejumlah pekerjaan terhadap tenaga kerja yang ada dalam organisasi.
2. Hierarki proses fungsional, adalah setiap organisasi terdapat adanya tingkatan karyawan menurut fungsinya atau pekerjaan yang khusus dalam organisasi.
3. Struktur, adalah jalinan hubungan dan peranan dalam organisasi. (Lini dan Staf).
4. Pengawasan yang ketat, pada organisasi yang tinggi strukturnya menghendaki banyak saluran komunikasi dalam melakukan pengawasan. Sedangkan pada organisasi yang

strukturnya mendatar tidak banyak diperlukan saluran komunikasi (Fauzi & Saputro, 2019).

c. Teori Difusi Inovasi

Rogers (1995), bahwa proses difusi inovasi terdapat empat elemen pokok yaitu suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran komunikasi tertentu dalam jangka waktu tertentu dan terjadi diantara anggota-anggota suatu sistem sosial dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Inovasi adalah gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya.
2. Saluran komunikasi, adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.
3. Jangka waktu, yakni proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya. Penguatan terhadap keputusan itu,

sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam proses pengambilan keputusan inovasi, keinovatifan seseorang relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi, dan kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.

4. Sistem sosial merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Everet M. Rogers dalam Bungin (2008) memberikan asumsi bahwa setidaknya ada lima tahap dalam suatu proses difusi inovasi, yaitu :

1. Pengetahuan: adanya pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi dan adanya kesadaran individu terhadap adanya inovasi.
2. Persuasi : individu memiliki sifat yang tidak menyetujui atau menyetujui inovasi tersebut.
3. Keputusan : Individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi inovasi tersebut.
4. Pelaksanaan : individu melaksanakan keputusannya itu sesuai dengan pilihan-pilihannya.
5. Konfirmasi : individu akan mencari pendapat lain dimana ini berguna untuk menguatkan keputusan yang telah diambil tetapi keputusan yang diambil dapat berubah jika informasi-

informasi yang didapat tentang inovasi tersebut berlawanan satu dengan yang lainnya.

Bungin (2008) teori difusi inovasi pada dasarnya menjelaskan proses suatu inovasi dikomunikasikan (disampaikan) melalui saluran-saluran tertentu dan waktu tertentu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Sasaran dari upaya difusi inovasi umumnya adalah anggota masyarakat pedesaan dan petani.

Rogers dalam Cangara (2017) menjelaskan bahwa proses pengenalan suatu inovasi (sesuatu yang baru berupa ide, gagasan atau barang) ditentukan oleh tiga hal yakni :

1. Tahap awal (*antecedent*)

Dalam hal ini, khalayak dalam menerima ide atau gagasan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, wawasan sosial yang lebih luas (*cosmopolitanism*) daripada lingkungan sekitarnya, kepribadian penerima untuk berubah dengan menerima sesuatu yang baru dan kebutuhan untuk memiliki barang baru tersebut.

2. Proses (*process*)

Dalam hal ini kebutuhan memiliki barang (inovasi) didukung dengan pengetahuan (*knowledge*) yang berkaitan dengan nilai-nilai sistem sosial (*social system*), yang dimana inovasi tersebut tidak bertentangan atau berlawanan dengan budaya

dan sistem sosial penerima sehingga dapat terjalannya komunikasi dengan barang baru tersebut serta khalayak bisa toleran jika terjadi penyimpangan dari kebiasaan.

3. Konsekuensi (*consequences*)

Dalam hal ini berfokus kepada keadaan selanjutnya jika terjadi sebuah adopsi inovasi. Keadaan ini dapat berupa terus menerima dilihat dengan terus menggunakan inovasi tersebut atau kemudian menggunakannya lagi.

2. Tinjauan Konsep

a. Strategi

Strategi dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Pengertian strategi menurut Iriantara (2005) dalam Hanafi (2016) adalah strategi pada dasarnya suatu kebijakan untuk mencapai tujuan kemudian dijabarkan ke dalam sebuah taktik untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Berbicara tentang strategi, Mintzberg dalam Liliweri (2011), terdapat empat makna yang tercakup dalam strategi, yaitu bahwa:

1. Strategi adalah sebuah rencana yang bertujuan untuk mendapatkan sesuatu.
2. Strategi merupakan pola tindakan dari waktu ke waktu, contohnya sebuah perusahaan yang selalu atau secara teratur memasarkan produknya yang sangat mahal, sehingga menggunakan cara-cara atau strategi tertentu.
3. Strategi adalah suatu keputusan mengalokasikan atau menempatkan sesuatu pada posisi yang tepat.
4. Strategi merupakan cara pandang atau perspektif sebuah organisasi dalam menjalankan kebijakan dan arah terhadap visi. Cara pandang ini berkaitan erat dengan budaya dan visi sebuah organisasi.

Dalam proses penerapan strategi, terdapat beberapa tahapan di antaranya:

1. Perumusan Strategi

Langkah awal yang perlu dilakukan dalam menyusun strategi adalah merumuskan strategi. Tahap perumusan strategi meliputi pengembangan tujuan, membuat batasan terhadap ruang lingkup, meninjau peluang dan ancaman juga menetapkan objektivitas.

2. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan strategi, tahap selanjutnya adalah mengimplementasikan/melaksanakan strategi yang telah

dirumuskan. Dalam tahap ini dibutuhkan komitmen dari setiap anggota organisasi.

3. Evaluasi Strategi

Pada tahap ini, ditinjau seberapa sukses strategi yang telah diterapkan, diukur dengan parameter yang jelas, sehingga dapat menjadi tolok ukur apakah strategi tersebut dapat digunakan kembali juga untuk memastikan sasaran atau tujuan telah tercapai.

b. Komunikasi

Pengertian komunikasi dapat dilihat dari *etimologi* (bahasa) dan *terminology* (istilah). Secara etimologi, Menurut Raymond S. Ross yang dikutip oleh Deddy Mulyana (2007: 46), bahwa “komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti membuat sama”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Komunikasi dikatakan komunikatif saat kedua orang yang terlibat dalam komunikasi dapat mengerti bahasa yang dipergunakan juga makna dari percakapan tersebut. Kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau

kegiatan, dan lain-lain. Harold Lasswell mencetuskan Paradigma Laswell, meliputi lima komponen dari komunikasi yaitu, komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Berdasarkan paradigma tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Selain itu menurut Roudhonah (2007: 27), dalam buku ilmu komunikasi, dibagi menjadi beberapa kata diantaranya "*communicare* yang berarti berpartisipasi atau memberi tahukan, *communis opinio* yang berarti pendapat umum". Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat sama persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan.

Sedangkan secara "terminologi" ada banyak ahli yang mencoba mendefinisikan diantaranya Colin Cherry yang dikutip oleh Burhan Bungin (2006: 254), dalam buku Sosiologi komunikasi bahwa "komunikasi adalah penggunaan lambang-lambang untuk mencapai kesamaan makna atau berbagi informasi tentang satu objek atau kejadian"

R. Wayne Pace dan Don F. Faules (2006: 26-28), mengatakan bahwa "Komunikasi merupakan suatu proses, didalamnya terdapat dua bentuk umum tindakan yang terjadi yaitu pertunjukan pesan dan penafsiran pesan. Pertunjukan pesan

berarti menyebarkan sesuatu sehingga dapat terlihat secara lengkap dan menyenangkan. Sedangkan penafsiran pesan yaitu menguraikan atau memahami sesuatu”.

Komunikasi terdapat beberapa unsur yang merupakan syarat ataupun ketentuan, unsur-unsur tersebut adalah :

1. Pengirim pesan (komunikator) adalah individu manusia ataupun kelompok yang berperan untuk menyampaikan informasi dengan keahliannya untuk mewujudkan motif komunikasinya.
2. Penerima pesan (komunikan) adalah yang berkaitan dengan komunikator, sebagai penerima informasi/pesan yang disampaikan komunikator.
3. Pesan adalah suatu gagasan yang dinyatakan oleh komunikator kepada komunikan, bisa gagasan dalam bentuk verbal maupun non verbal.
4. Saluran dan media komunikasi adalah tempat ataupun jalan yang digunakan sebagai penyalur pesan dari komunikator kepada komunikan. Hal ini dapat dilakukan dengan dua jalan, yaitu: tanpa media yang berlangsung secara tatap muka (*face to face*), dan menggunakan media komunikasi seperti telepon, internet radio, televisi, dan surat kabar.
5. Efek komunikasi adalah pengaruh yang ditimbulkan akibat pesan yang disampaikan komunikator dalam komunikannya. Hal ini dapat menimbulkan tiga pengaruh dalam diri

komunikasikan, pertama kognitif (seseorang jadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju/tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku yang membuat seseorang bertindak sesuatu).

6. Umpan balik (*feedback*) adalah reaksi komunikasi terhadap suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam komunikasi dinamis antara komunikator dan komunikan terus-menerus selalu bertukar peran.

William I. Loren Anderson (Mulyana, 2005:5-30), mengategorikan fungsi komunikasi menjadi 4, yaitu:

1. Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih

ekspresif lewat perilaku nonverbal. Misalnya ibu menunjukkan rasa kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

3. Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai *rites of passage*, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan dan siraman. Dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

4. Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Menurut Ruslan (2008 : 9-10) hambatan-hambatan dalam komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Hambatan Dalam Proses Penyampaian (*Sender Barries*)

Hambatan di sini bisa datang dari pihak komunikatornya yang mendapat kesulitan dalam menyampaikan pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya

tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor-faktor : *feed backnya* bahasa tidak tercapai, *medium barrier* (media atau alat yang dipergunaan kurang tepat) dan *decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

2. Hambatan secara Fisik (*Phsysical Barries*)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem pengeras suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah/seminar/pertemuan. Hal ini dapat membuat pesan-pesan itu tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikan.

3. Hambatan Semantik (*Semantik Pers*)

Hambatan adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat stiadat, kebiasaan, persepsi, dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda.

c. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan

yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi bisa berbeda-beda bergantung pada situasi dan kondisi.

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.

Arti dan strategi komunikasi (Effendy, 2003:82) menyatakan bahwa “strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen

(*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan". Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dan situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana (Efendy, 2005:82) yaitu strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Secara garis besar, terdapat empat tahapan dalam proses strategi komunikasi yaitu analisis situasi melalui penelitian, mengembangkan tujuan/*planning*, mengimplementasikan strategi komunikasi/*action* dan mengukur hasil usaha atau evaluasi. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Analisis situasi yaitu menggunakan penelitian untuk melakukan analisis situasi yang secara akurat dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan serta peluang yang dimiliki.
2. Mengembangkan rencana tindakan strategis atau membuat *planning* yang ditujukan kepada berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya.

3. Menjalankan perencanaan dengan alat-alat komunikasi dan tugas yang memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan.
4. Mengukur kesuksesan strategi komunikasi dengan menggunakan alat-alat evaluasi (suryadi : 2018).

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat pengertian bahwa “strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal” (Cangara : 2017).

Strategi komunikasi menurut McNichols merupakan strategi yang modern dan sederhana, yaitu suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang saling menguntungkan (Nurhaidar : 2009).

Didalam strategi ada sebuah perencanaan dimana perencanaan itu adalah suatu proses untuk menetapkan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efektif dan efisien, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut (Kaufman : 1972).

Ruben & Stewart (1998) mengemukakan bahwa dalam strategi komunikasi terdapat penentuan komunikator. Komunikator yang baik harus memenuhi kriteria antara lain memiliki kedekatan (*proximity*) dengan khalayak, di mana jarak seseorang dengan sumber memengaruhi perhatiannya pada pesan yang disampaikan. Semakin dekat jarak semakin besar pula peluang untuk terpapar pesan/informasi. Hal ini terjadi dalam arti jarak secara fisik ataupun secara sosial. Komunikator juga tidak hanya memberi pesan tetapi juga menerima/memperhatikan kepentingan dari khalayak (Unde : 2014).

Dalam buku karangan Yusuf Zainal Abidin (2015) tujuan sentral strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

1. To secure understanding, yaitu untuk memastikan bahwa komunikan dapat mengerti terhadap pesan yang diterimanya.
2. To establish acceptance, yaitu setelah komunikan menerima dan mengerti pesan yang diberikan maka harus dibina.
3. To motivate action, yaitu setelah menerima, mengerti dan dibina pada akhirnya diberikan motivasi.

Menurut Liliweri (2011) mengemukakan beberapa tujuan dalam strategi komunikasi antara lain :

1. Memberitahu (*announcing*), yaitu pemberitahuan tentang kualitas dan kapasitas informasi. Oleh karenanya informasi yang akan dipromosikan harus berhubungan atau berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang sedemikian penting.
2. Memotivasi (*motivating*), yaitu kita harus mengusahakan informasi yang ingin disebarakan kepada masyarakat harus menimbulkan motivasi bagi masyarakat tersebut.
3. Mendidik (*educating*), yaitu informasi yang disebarakan kepada masyarakat dapat menambah pengetahuannya, seperti bagaimana menghindari demam berdarah melalui pembersihan lingkungan rumah tangga secara teratur, bagaimana keterlibatan dan peranan masyarakat dalam memelihara kesehatan lingkungan dan sebagainya.
4. Menyebarkan informasi (*informing*), salah satu tujuan strategi komunikasi adalah untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran komunikator.
5. Mendukung pembuatan keputusan (*supporting decision making*), dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dianalisis sedemikian rupa dan dikategorisasikan dapat dijadikan informasi utama dalam pembuatan keputusan.

Effendy (2011), Elemen-elemen yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Mengenali Sasaran Komunikasi

Ini penting agar kita mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi dan ini tergantung kepada apa tujuan komunikasi kita, apakah komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif) atau komunikasi hanya sekedar mengetahui informasi yang diberikan (dengan metode informatif).

2. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi jumlahnya banyak, mulai dari yang tradisional sampai modern. Media komunikasi modern yang banyak digunakan di zaman sekarang seperti spanduk, surat kabar, majalah, film, radio, telepon, telegram, surat, televisi dan lain sebagainya yang pada umumnya diklasifikasikan sebagai media tulis atau cetak, visual, audio dan audio-visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat menggunakan salah satu atau bahkan beberapa sekaligus media yang di atas, karena masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan tergantung dari tujuan, pesan dan teknik yang digunakan.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (message) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil (apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi), isi pesan seperti apa yang akan disampaikan dan bahasa yang akan digunakan dalam menyampaikan pesan tersebut.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada dua faktor yang penting pada diri komunikator apabila ingin komunikasi menjadi lancar, yaitu:

a. Daya tarik sumber

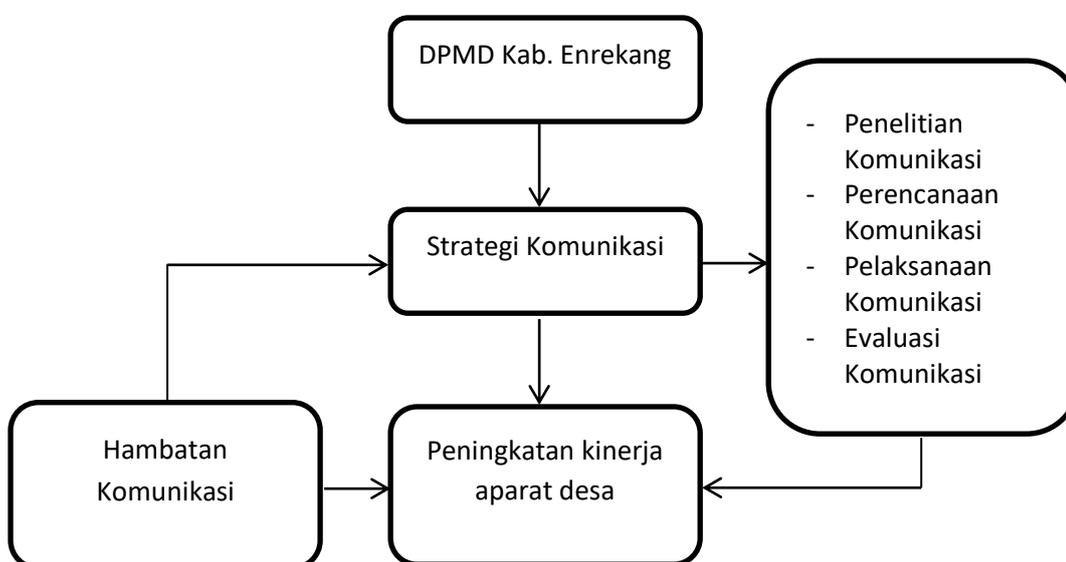
Seorang komunikator dapat berhasil dalam komunikasi seperti mengubah sikap, perilaku dan opini komunikan melalui mekanisme daya tarik jika dari komunikan menganggap atau merasa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa mempunyai kesamaan dengan komunikator sehingga bersedia mengikuti isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

b. Kredibilitas sumber

Ini adalah faktor kedua yang dapat membuat komunikan mempercayai seorang komunikator. Kepercayaan ini banyak berkaitan dengan keahlian atau profesi yang dimiliki oleh seorang komunikator.

C. Kerangka Pemikiran

Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Enrekang sebagai organisasi perangkat daerah yang mempunyai tugas untuk membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah bidang pemberdayaan masyarakat dan desa. Dimana salah satu fungsi dari DPMD adalah melakukan pembinaan pengelolaan Dana Desa kepada Pemerintah Desa dan pemberdayaan masyarakat sebagai sasaran dan tujuan dari pembangunan yang bersumber dari anggaran Dana Desa. Penelitian ini berfokus bagaimana strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa dalam pembinaan pengelolaan dana desa di Kabupaten Enrekang. Secara bagan kerangka pikir, ini dapat dilihat atau digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran