

TESIS

**MANAJEMEN KOMUNIKASI REKLAMASI PEMPROV SULSEL
DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI
MASYARAKAT PULAU LAE-LAE**

***COMMUNICATION MANAGEMENT OF SOUTH SULAWESI
PROVINCIAL GOVERNMENT RECLAMATION PLAN
IN IMPROVING THE PARTICIPATION OF LAE-LAE
ISLAND LOCAL COMMUNITY***

ANISA FAHIRA

E022222018



**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**MANAJEMEN KOMUNIKASI REKLAMASI PEMPROV SULSEL
DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI
MASYARAKAT PULAU LAE-LAE**

***COMMUNICATION MANAGEMENT OF SOUTH SULAWESI
PROVINCIAL GOVERNMENT RECLAMATION PLAN
IN IMPROVING THE PARTICIPATION OF LAE-LAE
ISLAND LOCAL COMMUNITY***

ANISA FAHIRA

E022222018



**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**MANAJEMEN KOMUNIKASI REKLAMASI PEMPROV SULSEL
DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI
MASYARAKAT PULAU LAE-LAE**

*(Communication Management of South Sulawesi Provincial Government
Reclamation Plan in Improving the Participation Of Lae-Lae
Island Local Community)*

TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh:

ANISA FAHIRA

E022222018

Kepada

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**MANAJEMEN KOMUNIKASI REKLAMASI PEMPROV SULSEL DALAM
MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PULAU LAE-LAE**

Disusun dan diajukan oleh

ANISA FAHIRA

E022222018

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 **12 Agustus 2024**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,



Dr. Moeh. Imbal Sultan, M.Si
Nip. 196312101991031002

Pembimbing Pendamping,



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



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

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas
Hasanuddin



Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si
Nip. 197508162008011008

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Dengan ini saya menyatakan bahwa, tesis berjudul "Manajemen Komunikasi Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae" adalah benar karya saya dengan arahan dari tim pembimbing (Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si sebagai Pembimbing Utama dan Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si sebagai Pembimbing Pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka tesis ini. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Makassar, 31 Juli 2024

Yang menyatakan,



Anisa Fahira

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan inayah-Nya sehingga penulis mampu merealisasikan Tesis yang berjudul “Manajemen Komunikasi Reklamasi Pemprov Sulsel Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae” guna memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan Strata 2 dalam Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Dalam penyelesaian tesis ini, penulis menyadari betapa berartinya keterlibatan pihak-pihak yang tidak hentinya memberikan dukungan, bantuan, bimbingan dan doa yang tulus. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Nenek penulis, Andi Fitriah, kedua orang tua penulis, Ayah Drs. Amir H dan Ibunda A. Erni M., S.E., serta kedua adik penulis, Muhammad Farid Kurniawan dan Muhammad Febriansyah, yang menemani penulis dalam setiap proses kehidupan, atas doa, cinta, serta dukungan moral dan materil yang diberikan. Ucapan terima kasih dan sayang juga penulis berikan kepada Adik Muh. Hafidzul Mauza Al-Qusayr yang selalu menghibur penulis dengan kelucuannya di kala penat. Selain itu, apresiasi dan rasa terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Moehammad Iqbal Sultan, M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, arahan dan bantuan kepada peneliti selama proses bimbingan hingga tesis ini dapat diselesaikan sebaik-baiknya.

Semoga Bapak senantiasa diberikan kesehatan dan umur panjang oleh Allah SWT, agar dapat memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada lebih banyak orang.

2. Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si., selaku Pembimbing II, sekaligus Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, atas ilmu, arahan dan masukan-masukan positif yang telah diberikan selama masa bimbingan hingga tesis ini dapat diselesaikan. Semoga selalu diberi kesehatan, dan senantiasa menjadi sosok yang mengayomi serta menjadi inspirasi bagi mahasiswa-mahasiswinya.
3. Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si., Dr. Muhammad Farid, M.Si., Dr. Kahar, M.Hum., selaku tim penguji, yang senantiasa memberikan arahan, masukan dan perbaikan dalam penyempurnaan tesis ini.
4. Seluruh Dosen Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin atas segala ilmu yang telah diberikan kepada peneliti.
5. Saudara Richard Lapasau atas dukungan dan bantuannya yang sangat berarti selama pra, proses dan pasca penelitian. Semoga senantiasa kebersamai.
6. Teman-teman mahasiswa Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Angkatan 2022 Genap, DINAMIKA, khususnya Nini Kasmini, Alma Muthia dan Andi Feninda atas motivasi dan kebersamaannya selama ini. Semoga teman-teman diberikan umur panjang agar kita dapat dipertemukan kembali dalam kesempatan berikutnya.

7. Saudari Nurin Nashfati dan Fatika Nabila dan Rezky Handayani Asyhari, sahabat-sahabat yang telah banyak memberikan bantuan serta menemani perjalanan pendidikan penulis.
8. Segenap Staf Akademik Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah membantu dari proses perkuliahan hingga selesainya proses penelitian.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan dalam penulisan tesis ini tidak luput dari berbagai kesulitan dan hambatan. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Akhirnya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Semoga Allah SWT meridhoi setiap langkah dan ikhtiar kita.

Makassar, 31 Juli 2024

Penulis,

Anisa Fahira

ABSTRAK

ANISA FAHIRA. *Manajemen Komunikasi Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae* (dibimbing oleh **Moehammad Iqbal Sultan dan Muhammad Akbar**)

Reklamasi bertujuan untuk memaksimalkan pemanfaatan lahan demi meningkatkan potensi suatu daerah, sehingga diperlukan kerja sama yang baik antara penyelenggara dan masyarakat. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan manajemen komunikasi yang efektif dari pemerintah kepada masyarakat dan sebaliknya. Manajemen komunikasi tidak hanya dibutuhkan untuk memberikan informasi mengenai manfaat dan risiko pembangunan, tetapi juga membangun hubungan yang positif antara pemerintah dan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen komunikasi reklamasi Pemprov Sulsel untuk meningkatkan partisipasi masyarakat Pulau Lae-Lae. Metode yang diaplikasikan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitian ini terdiri dari 9 informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik observasi, wawancara dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah telah menerapkan berbagai pendekatan komunikasi, termasuk saluran formal dan informal, upaya transparansi, dan pelibatan masyarakat. Meski demikian, implementasinya masih menghadapi tantangan signifikan yang meliputi inkonsistensi informasi, kurangnya kepercayaan, perbedaan persepsi, dan mekanisme umpan balik yang tidak efektif. Namun dengan upaya pemerintah untuk mendengarkan dan mengakomodasi kepentingan masyarakat, langkah-langkah yang diambil menunjukkan pemahaman lebih baik tentang pentingnya komunikasi dua arah dan pelibatan aktif masyarakat.

Kata kunci: Manajemen Komunikasi, Pulau Lae-Lae, Partisipasi Masyarakat, Reklamasi

ABSTRACT

ANISA FAHIRA. Communication Management of South Sulawesi Provincial Government Reclamation in Improving the Participation of Lae-Lae Island Local Community (supervised by **Moehammad Iqbal Sultan dan Muhammad Akbar**).

Reclamation is a deliberate process of altering the submerged area into land suitable for regional development, thus mutual cooperation from the government as developer and local residents is required. In carrying out mutual cooperation, effective communication between both parties is needed. Communication planning is not only needed to provide information about the benefits and risks of development but also to build a positive relationship between the government and the community

This research aims to analyze the communication management of South Sulawesi Provincial Government reclamation to enhance the participation of Lae-Lae local community. This research applied a qualitative-descriptive method with a case study approach. There are 9 informants for this research, who are selected using purposive sampling technique. The data is obtained using observation, deep interview with selected informants and literature comprehension.

The result of this study shows that the government has implemented various communication approaches through the formal and informal channels, involving every part of the community as well as attempting to offer more transparency. Nevertheless, the implementation of the government's communication still encounters significant challenges, especially in public distrust due the government's lack of accountability, different perspectives between both parties regarding the reclamation plan, insufficient feedback mechanism and the inconsistency of given information among the local residents of Lae-Lae Island. However, with consistent effort from the government to listen and accommodate the public interests, the steps taken demonstrate a better understanding of the importance of two-way communication and active community engagement.

Keywords: Communication Management, Community Participations, Lae-Lae Island, Reclamation

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB 2	
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Kajian Konsep.....	14
1. Manajemen & Komunikasi	14
2. Manajemen Komunikasi & Partisipasi Masyarakat	18
B. Kajian Teori.....	26
1. Komunikasi Organisasi	26
2. Komunikasi Kelompok	29
3. <i>Public Relations</i> Kritis	34

C. Penelitian yang Relevan	36
D. Kerangka Pikir.....	41
E. Definisi Operasional	41
BAB 3	
METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Pendekatan Penelitian	43
C. Lokasi Penelitian.....	44
D. Teknik Penarikan Informan	45
E. Jenis dan Sumber Data.....	46
F. Teknik Pengumpulan Data	47
G. Teknik Analisis Data.....	49
H. Triangulasi dan Validitas Temuan	51
I. Tahap Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	53
BAB 4	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum	54
B. Hasil Penelitian	77
1. Manajemen Komunikasi Rencana Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae	77
2. Manajemen Komunikasi Pelaksanaan Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae	91
3. Manajemen Komunikasi Penolakan Terhadap Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Menanggulangi Hambatan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae	104
C. Pembahasan.....	111

1. Manajemen Komunikasi Rencana Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae	111
2. Manajemen Komunikasi Pelaksanaan Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae	115
3. Manajemen Komunikasi Penolakan Terhadap Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Menanggulangi Hambatan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae	119
BAB 5	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Informan Penelitian	46
Tabel 3. 2 Tahap Dan Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4. 1 Laporan Jumlah Penduduk Pulau Lae-Lae Per Maret 2024	58
Tabel 4. 2 Arah Kebijakan Pemanfaatan Ruang Pulau Lae-Lae	74
Tabel 4. 3 Program Utama Rencana Reklamasi Pulau Lae-Lae	77
Tabel 4. 4 Analisis Manajemen Komunikasi Penolakan Reklamasi Pemprov Sulsel Dengan Prinsip PR Kritis	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Manajemen Public Relations	21
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir.....	41
Gambar 4. 1 Letak Kelurahan Lae-Lae dalam Wilayah Kota Makassar ...	54
Gambar 4. 2 Peta Pulau Lae-Lae	55
Gambar 4. 3 Site Plan Reklamasi Pulau Lae-Lae	75

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebuah negara tidak terlepas dari pembangunan yang berkelanjutan. Pengembangan yang berkelanjutan sendiri merupakan hal fundamental bagi sebuah negara. Pembangunan yang berkelanjutan diharapkan dapat menjadi wadah bagi pemerintah dalam mewujudkan tujuan utamanya, yaitu menciptakan negara yang mendukung penuh kesejahteraan rakyatnya. Dengan adanya pembangunan yang berkelanjutan, diharapkan taraf hidup dari masyarakat dapat meningkat sehingga memiliki daya saing dengan masyarakat global (Rochajat et. al., 2011:3).

Sehubungan dengan konsep pembangunan, Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan menciptakan sebuah proyek reklamasi di Pulau Lae-Lae yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan dengan perkembangan ekonomi serta kondisi sosial yang seimbang. Pada dasarnya, reklamasi yang direncanakan oleh pemerintah provinsi Sulawesi Selatan mengutamakan pemanfaatan lahan terbengkalai. Pemerintah merancang reklamasi ini untuk memaksimalkan penggunaan lahan di Sulawesi Selatan yang kemudian mampu memberi kontribusi pada

perekonomian wilayah. Rencana ini yang kemudian memunculkan gagasan pertumbuhan ekonomi dan sosial melalui pembaharuan destinasi wisata bahari yang tentunya akan membuka lapangan pekerjaan baru bagi warga lokal.

Pulau Lae-Lae sendiri merupakan pulau kecil yang terletak di bagian barat Kota Makassar dengan estimasi perjalanan sekitar 10 menit menggunakan perahu nelayan dari daratan utama Kota Makassar, tepatnya di Dermaga Kayu Bangkoa yang berlokasi di seberang Benteng Fort Rotterdam. Pulau seluas 0,065 km² ini kerap dijadikan lokasi wisata, baik oleh warga dari dalam maupun luar Sulawesi Selatan karena pantai pasir putih yang indah dan keragaman biota laut yang menghuni perairan Pulau Lae-Lae. Kebanyakan turis datang ke Pulau ini untuk menikmati keindahan alam bawah laut melalui beberapa olahraga air yang ditawarkan, termasuk *diving* dan *snorkeling*, atau hanya sekedar menghabiskan waktu berlibur di pantai.

Pulau ini juga termasuk pulau yang berpenghuni dengan total penduduk sebanyak 1.865 jiwa. Bertempat tinggal di pesisir, menjadikan mayoritas penduduk Pulau Lae-Lae mencari nafkah dari sektor pariwisata dan perikanan. Mereka yang tinggal di pulau ini seringkali bekerja sebagai nelayan, pemandu wisata, atau pemilik warung makan dan penginapan yang menyediakan layanan kepada wisatawan lokal dan internasional yang datang ke pulau tersebut. Selain itu, beberapa penduduk juga terlibat dalam industri kerajinan lokal, seperti pembuatan souvenir dari bahan-bahan alami

yang ditemukan di sekitar pulau. Mata pencaharian mereka menunjukkan ketergantungan yang kuat pada sumber daya alam dan pariwisata sebagai sumber pendapatan utama, sementara mereka juga berusaha untuk menjaga keseimbangan antara pengembangan ekonomi dan pelestarian lingkungan yang unik dan berharga di pulau kecil ini.

Reklamasi Center Point of Indonesia (CPI) merupakan proyek reklamasi terdahulu yang dijalankan oleh Pemprov Sulsel bersama dengan PT. Yasmin Bumi Asri. Proyek reklamasi ini memiliki luas 157,23 hektare dengan pembagian area seluas 106,76 untuk PT. Yasmin Bumi Asri yang dijadikan superblok terpadu dengan fasilitas penunjang seperti distrik bisnis, mall dan universitas. Sedangkan, area reklamasi seluas 50.47 hektare diberikan kepada Pemprov Sulsel. Di area reklamasi milik Pemprov Sulsel telah dibangun fasilitas publik seperti gedung Wisma Negara, pusat kuliner Lego-Lego, dan rumah sakit otak, jantung dan kanker. Selain itu, area ini juga tempat berdirinya Masjid 99 Kubah yang menjadi destinasi wisata terbaru di Kota Makassar. Dengan fasilitas yang dibangun dan ditawarkan, CPI menjadi proyek reklamasi yang mendulang sukses dengan puluhan ribu pengunjung yang memadati area ini tiap harinya.

Sebagaimana proyek reklamasi sebelumnya, reklamasi Pulau Lae-Lae juga memiliki tujuan. Adapun yang menjadi tujuan utama dari reklamasi Pulau Lae-Lae yakni untuk meningkatkan perekonomian Sulawesi Selatan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Wilayah yang direklamasi akan dijadikan tujuan wisata baru yang dilengkapi dengan

pusat-pusat kuliner, di mana pusat kuliner tersebut nantinya akan dikelola sendiri oleh masyarakat Pulau Lae-Lae. Hal ini tentunya akan memberi kontribusi pada peningkatan taraf hidup masyarakat Pulau Lae-Lae. Lebih jauh, ketersediaan listrik di Pulau Lae-Lae saat ini belum memadai karena tidak dapat beroperasi selama 24 jam penuh. Maka dari itu, melalui rencana reklamasi ini pemerintah akan sekaligus membenahi ketersediaan listrik di Pulau Lae-Lae dengan mengusung sistem jaringan listrik bawah laut.

Selayaknya sebuah pembangunan yang memiliki tujuan untuk mensejahterakan, reklamasi Pulau Lae-Lae pun demikian. Hanya saja, terdapat beberapa hal yang perlu dibenahi. Hal tersebut berkaitan dengan kekhawatiran masyarakat dan ketidakpastian yang timbul akibat dari kurangnya komunikasi yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat. Contohnya saja, ketika pemerintah mencoba untuk mensosialisasikan kegiatan reklamasi ini kepada warga lokal, mereka justru melakukan penolakan, sebab mereka sama sekali tidak menerima pemberitahuan dalam bentuk apapun sebelumnya. Menurut masyarakat, langkah yang diambil oleh pemerintah merupakan keputusan sepihak yang sama sekali tidak melibatkan masyarakat.

Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat setempat seringkali tidak diindahkan oleh penyelenggara pembangunan. Proses pengambilan keputusan sering kali bersifat *top-down*, tanpa mempertimbangkan suara dan hak-hak masyarakat lokal yang telah lama bergantung pada sumber daya alam di sekitar mereka. Hal ini menimbulkan

ketegangan sosial, karena masyarakat merasa hak dan tradisi mereka diabaikan.

Scott (1998:93) menekankan bahwa sangat penting untuk mengintegrasikan perspektif masyarakat ke dalam perencanaan dan pembangunan untuk mendapatkan pengetahuan lokal mengenai wilayah yang akan dibangun. Dalam konteks pembangunan di Pulau Lae-Lae, melibatkan masyarakat secara aktif mampu memberikan gambaran mengenai kondisi sosial, ekonomi dan budaya di lingkungan tempat mereka tinggal. Berbekal pengetahuan lokal seperti yang telah disebutkan, memungkinkan *primary stakeholder* untuk melakukan identifikasi dampak potensial dari rencana pembangunan sehingga dampak tersebut dapat diminimalisir.

Keterlibatan masyarakat, selain untuk memberikan informasi mengenai wilayah pembangunan, juga sebagai bentuk integritas pemerintah dalam menegakkan keadilan sosial. Dengan mendengarkan aspirasi masyarakat secara aktif, pemerintah dapat memastikan bahwa kepentingan dan kebutuhan semua pihak diakomodasi secara adil dalam rencana pembangunan. Hal ini membantu meminimalkan ketimpangan sosial, memastikan bahwa manfaat pembangunan didistribusikan secara merata, dan memberikan suara kepada kelompok-kelompok yang mungkin tidak terwakili. Lebih dari itu, ketika masyarakat terlibat dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan, mereka akan turut merasa bertanggungjawab dalam pembangunan tersebut. Hal ini meningkatkan

legitimasi rencana pembangunan dan memastikan bahwa keputusan yang diambil mendapat dukungan masyarakat, yang pada gilirannya meminimalkan potensi konflik dan penolakan.

Dalam melaksanakan rencana reklamasi di Pulau Lae-Lae, pemerintah diharapkan dapat mempertimbangkan faktor lingkungan melalui rancangan pulau reklamasi yang resisten terhadap bencana alam, seperti badai dan air laut pasang. Hal ini dianggap penting untuk memastikan bahwa proyek reklamasi Pulau Lae-Lae bisa berjalan tanpa memberikan dampak negatif bagi pemukiman warga di sekitarnya. Agar reklamasi ini dapat terealisasi sesuai dengan yang diharapkan, pemerintah sudah seharusnya selalu memantau perkembangan yang terjadi di lapangan secara rutin dan fleksibel dalam mengubah rencana apabila diperlukan.

Selain memperhatikan apa saja faktor yang mungkin menimbulkan kerusakan lingkungan, Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan juga perlu mempertimbangkan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat lokal. Dengan wilayah perairan yang begitu luasnya, tentu saja mayoritas masyarakat Pulau Lae-Lae memiliki mata pencaharian sebagai nelayan tradisional. Mereka sangat bergantung pada kondisi perairan dan hasil laut dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kerusakan yang mungkin terjadi pada perairan Pulau Lae-Lae apabila pemerintah tidak mempertimbangkan faktor lingkungan tentunya akan mengganggu keberlangsungan mata pencaharian masyarakat Pulau Lae-Lae yang secara langsung berdampak pada perekonomian dan kondisi sosial mereka.

Kasus reklamasi Teluk Jakarta di tahun 2017 merupakan contoh reklamasi yang membawa dampak negatif bagi lingkungan. Meskipun tujuan dari reklamasi tersebut adalah untuk menanggulangi banjir yang terjadi di Kota Jakarta, namun minimnya konsiderasi terhadap lingkungan menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi kualitas air dan perikanan yang diindikasikan dengan penurunan kecerahan perairan (Puspasari et. al, 2017:85). Peristiwa ini menunjukkan bahwa tanpa perencanaan dan pertimbangan yang matang, proyek reklamasi memberikan dampak buruk yang merugikan bagi lingkungan.

Selain itu, terdapat faktor sosial ekonomi yang signifikan. Reklamasi seringkali diikuti dengan transformasi wilayah menjadi area komersial atau residensial mewah, yang dapat merubah struktur ekonomi lokal. Masyarakat yang sebelumnya bergantung pada nelayan, pariwisata lokal, atau pekerjaan lain yang terkait dengan kondisi alam pulau, kini menghadapi risiko kehilangan mata pencaharian. Ini tidak hanya mengancam kestabilan ekonomi mereka, tetapi juga identitas dan warisan budaya yang telah terjalin erat dengan lingkungan mereka selama bertahun-tahun.

Proyek reklamasi di Pantai Boulevard Manado pada tahun 2019 menuai kontroversi, sebab diduga mengakibatkan adanya pertumbuhan kota yang condong ke arah pantai atau laut. Hal ini tentunya berdampak buruk bagi warga lokal yang tinggal dan menggantungkan hidup mereka di area pesisir baik dari aspek sosial maupun ekonomi. Setelah adanya

reklamasi ini, hasil laut yang merupakan mata pencaharian utama masyarakat pesisir Pantai Boulevard berkurang drastis sehingga mereka harus berlayar lebih jauh lagi (Wowor, 2019). Permasalahan ini tentunya akan berakibat negatif pada perekonomian dan secara simultan juga akan mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat pesisir Pantai Boulevard.

Faktor-faktor yang memungkinkan terjadinya kerusakan lingkungan atau terganggunya sistem sosial ekonomi masyarakat tentunya dapat diminimalisir dengan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan. Hal ini dapat dicapai dengan memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi kebijakan atau proyek lingkungan, sehingga memungkinkan adanya pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan lokal dan potensi dampak yang dapat dihindari atau diminimalkan.

Melihat fenomena tersebut, penulis berpendapat bahwa keberhasilan pengembangan ini bergantung pada proses komunikasi yang baik sehingga menciptakan kerjasama yang baik pula dari berbagai pihak. Diperlukan komitmen dari pemerintah untuk mengikutsertakan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan demi kelancaran program pembangunan. Dalam konteks penelitian ini, pemerintah perlu merencanakan manajemen komunikasi yang efektif terutama dengan warga lokal Pulau Lae-Lae sebagai *secondary stakeholder* yang tentunya memiliki wewenang pada pengambilan keputusan di lingkungan mereka.

Menyinggung tentang komunikasi dalam organisasi, lanskap pembangunan berkelanjutan yang kompleks tentunya membutuhkan manajemen komunikasi untuk dapat menyampaikan informasi secara jelas dan tepat waktu kepada masyarakat tentang kebijakan, program dan inisiatif yang dilaksanakan oleh pemerintah (Bobbio, 2019:89). Dengan demikian, masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang apa yang terjadi di lingkungan mereka. Dalam konteks penelitian ini, Pemprov Sulsel memerlukan manajemen komunikasi yang tepat untuk menyampaikan informasi secara transparan kepada masyarakat sekitar. Hal ini penting untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki pemahaman yang mendalam tentang rencana reklamasi pulau Lae-Lae, termasuk manfaat dan dampaknya terhadap lingkungan, ekonomi, dan sosial.

Setelah menyampaikan informasi yang jelas kepada masyarakat, tentunya akan ada proses pertukaran informasi yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat yang mendukung terbentuknya hubungan interpersonal yang kuat (Bobbio, 2019:89). Dalam penelitian ini, penerapan manajemen komunikasi yang tepat juga memungkinkan Pemprov Sulsel untuk mendengarkan perbedaan pendapat dan kekhawatiran yang mungkin dimiliki masyarakat terkait proyek ini. Dengan demikian, dialog yang konstruktif dapat terjalin antara pemerintah daerah dan masyarakat, yang pada gilirannya dapat membantu menghasilkan keputusan yang lebih baik dan mendukung partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan yang berkelanjutan.

Memberi kesempatan pada masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif tentunya akan memberikan masyarakat perspektif baru bahwa pendapat mereka sebagai *secondary stakeholder* sama pentingnya dengan pemerintah yang memegang posisi sebagai *primary stakeholder*. Hal ini dapat menjadi langkah awal dalam membangun kepercayaan baru terhadap pemerintah. Maka dari itu, dengan banyaknya kepentingan dan kebutuhan, tiap tiap organisasi membutuhkan implementasi manajemen komunikasi untuk membangun hubungan yang kuat antara pemerintah atau organisasi dengan masyarakat. Hal ini tidak hanya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, tetapi juga membantu menciptakan lingkungan yang lebih inklusif, transparan, dan demokratis sehingga rencana-rencana pembangunan dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya (Hidayat, 2019).

Manajemen komunikasi adalah elemen penting dalam keberhasilan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan. Manajemen komunikasi yang efektif membantu organisasi membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan, memfasilitasi aliran informasi yang tepat waktu dan akurat, serta mengelola isu-isu yang mungkin timbul dengan cara yang transparan dan responsif.

Dalam skema yang lebih luas, manajemen komunikasi juga berfungsi sebagai entitas yang membentuk dan menjaga nama baik organisasi di mata publik. Tujuan utama dari manajemen komunikasi sendiri adalah membangun kepercayaan dan kredibilitas, serta memastikan bahwa

pesan yang disampaikan oleh organisasi sesuai dengan nilai-nilai dianut oleh publik dan dapat diterima dengan baik oleh mereka (Hidayat, 2019). Dengan demikian, manajemen komunikasi bukan hanya menjadi elemen pendukung, tetapi juga menjadi pendorong utama keberhasilan organisasi dalam mencapai visi dan misinya.

Fenomena minimnya partisipasi masyarakat dalam reklamasi di Pulau Lae-Lae merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Mengingat sebuah negara akan terus melakukan pembangunan yang berkesinambungan demi tujuan-tujuan bersama yang ingin dicapai. Hal ini tentu saja akan selalu melibatkan masyarakat dalam prosesnya, sehingga dibutuhkan kajian mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan seperti reklamasi di Pulau Lae-Lae. Beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan meliputi tingkat pemahaman masyarakat tentang rencana reklamasi, kepentingan dan dampaknya terhadap lingkungan serta mata pencaharian lokal, keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, transparansi dan akuntabilitas pemerintah dalam menjalankan proyek-proyek pembangunan, serta upaya untuk memperkuat kapasitas dan kemandirian masyarakat dalam menyuarakan pendapat dan kepentingannya.

Dengan demikian, studi ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik bagi para pembuat kebijakan dalam mengimplementasikan manajemen komunikasi dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat

yang lebih efektif dan inklusif dalam proses pembangunan berkelanjutan. Maka dari itu, berdasarkan penjabaran yang telah penulis bahas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Manajemen Komunikasi Reklamasi Pemprov Sulsel dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pulau Lae-Lae.”**

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada pemaparan di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen komunikasi rencana reklamasi Pemprov Sulsel dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Pulau Lae-Lae?
2. Bagaimana manajemen komunikasi pelaksanaan reklamasi Pemprov Sulsel terhadap peningkatan partisipasi masyarakat pulau Lae-Lae?
3. Bagaimana manajemen komunikasi penolakan terhadap reklamasi Pemprov Sulsel dalam menyelesaikan hambatan partisipasi masyarakat Pulau Lae-Lae?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis manajemen komunikasi rencana reklamasi Pemprov Sulsel dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Pulau Lae-Lae.

2. Untuk menganalisis manajemen komunikasi pelaksanaan reklamasi Pemprov Sulsel terhadap peningkatan partisipasi masyarakat Pulau Lae-Lae.
3. Untuk menganalisis bagaimana manajemen komunikasi penolakan terhadap reklamasi Pemprov Sulsel dalam menyelesaikan hambatan partisipasi masyarakat Pulau Lae-Lae.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan penelitian tentang manajemen komunikasi berdasarkan rancangan sistem yang dibuat, data yang dianalisis, studi literatur, dan observasi lapangan.

2. Manfaat Teoritis

Sebagai upaya pengembangan kajian, isu dan penelitian komunikasi, terutama yang terkait dengan manajemen komunikasi.

3. Manfaat Praktis

Menjadi bahan masukan bagi penulis yang tertarik atau terlibat dalam kajian mengenai komunikasi kelompok dan *public relations* terutama yang terkait dengan “Manajemen Komunikasi dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat”.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Manajemen & Komunikasi

Manajemen secara umum berkaitan dengan usaha yang dilakukan oleh organisasi dalam mengarahkan suatu kelompok dan memanfaatkan dengan maksimal ketersediaan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu yang sebelumnya telah diagendakan (Ruslan, 2017:1).

Sedangkan menurut Griffin dalam Hartono (2010:9), manajemen dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengendalian sumber daya dengan tujuan mencapai hasil secara efektif dan efisien. Dalam konteks manajemen, efektivitas mengacu pada kemampuan mencapai tujuan sesuai dengan rencana yang telah dibuat, sementara efisiensi menggambarkan pelaksanaan tugas dengan tepat, terstruktur, dan sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.

Manajemen sebagai disiplin ilmu bertujuan untuk memahami secara sistematis bagaimana manusia bekerja bersama demi mencapai tujuan tertentu dan membuat sistem kerjasama yang dilakukan bisa bermanfaat bagi khalayak. Tujuan ini diakomodir melalui berbagai pendekatan yang di dalamnya termasuk pendekatan yang berdasar pada ilmu pengetahuan, seni dan juga proses (Terry, 1972).

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan proses penggabungan dan sinkronisasi menggunakan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan dengan efisiensi dan efektivitas, yang melibatkan fungsi-fungsi manajerial yang terstruktur.

Adapun yang menjadi tujuan dari manajemen adalah untuk memberikan arahan bagi seorang pelaksana dalam mendapatkan capaian yang spesifik dan menggambarkan area tertentu yang ingin dicapai.

Tanpa manajemen yang efektif, sebuah lembaga akan mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan. Namun untuk menjalankan proses manajemen, komunikasi yang baik adalah salah satu elemen penting yang dibutuhkan. Ruslan (2017:79) mendefinisikan komunikasi sebagai pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam suatu proses komunikasi, penting untuk memiliki kesamaan pemahaman agar terjadi pertukaran pikiran atau pengertian antara komunikator (yang menyampaikan pesan) dan komunikan (yang menerima pesan), sehingga mencegah terjadinya kegagalan komunikasi atau kesalahpahaman di antara keduanya.

Adapun definisi komunikasi menurut kelompok sarjana komunikasi yang dikutip dalam Cangara (2018:26), merupakan suatu interaksi kompleks yang melibatkan pertukaran simbolik, dimana individu berusaha untuk menciptakan hubungan yang saling mempengaruhi dengan orang lain. Ini dilakukan melalui beberapa cara, termasuk membangun ikatan

interpersonal, menyampaikan informasi, memperkuat atau mengubah sikap dan perilaku orang lain.

Menurut Usman (2014:478), terdapat beberapa unsur penting dalam komunikasi. Di antara unsur-unsur tersebut adalah (1) pengirim pesan (pengirim) atau komunikator beserta materi pesan, (2) kode bahasa pesan (encoding), (3) media, (4) interpretasi pesan (decoding), (5) penerima pesan (komunikan), (6) umpan balik (respons dari penerima pesan), dan (7) gangguan yang dapat menghambat komunikasi.

Dari beberapa definisi komunikasi yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses dimana komunikator mentransfer informasi, ide dan gagasan kepada komunikan melalui berbagai proses dan media, dengan tujuan untuk menyamakan pendapat dan mengubah perspektif komunikan mengenai situasi yang sedang dihadapi.

Sebagai alat yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi, Lasswell dalam Cangara (2018:73) mengemukakan bahwa terdapat beberapa fungsi dari komunikasi terhadap keberlangsungan hidup manusia. Fungsi-fungsi tersebut mencakup kemampuan manusia untuk mengontrol lingkungannya, kemampuan manusia untuk melakukan adaptasi terhadap lingkungannya, serta kemampuan untuk memberikan tongkat estafet warisan sosial budaya kepada generasi berikutnya. Selain itu, beberapa pihak mensugestikan bahwa komunikasi yang baik dapat menjaga keberlangsungan hubungan baik antar manusia. Sebab dengan

komunikasi yang baik, hubungan persahabatan, kekeluargaan, bahkan hubungan antar atasan dan bawahan dapat terjaga.

Dalam konteks manajemen, komunikasi memainkan peran vital dalam membantu organisasi merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengimplementasikan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka. Tanpa manajemen yang berfungsi dengan baik, tidak akan ada struktur atau arah yang jelas bagi komunikasi organisasi.

Tanpa manajemen yang efektif, sebuah lembaga akan mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan. Komunikasi yang baik adalah salah satu elemen penting dalam menjalankan proses manajemen. Dalam konteks ini, komunikasi memainkan peran vital dalam membantu organisasi merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengimplementasikan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka. Tanpa manajemen yang berfungsi dengan baik, tidak akan ada struktur atau arah yang jelas bagi komunikasi organisasi.

Manajemen memberikan kerangka kerja yang diperlukan untuk mengatur proses komunikasi, seperti penentuan tujuan organisasi, alokasi sumber daya, dan pengelolaan konflik. Ini menciptakan lingkungan di mana komunikasi dapat terjadi secara efisien dan efektif. Sebagai contoh, dalam konteks perencanaan, manajemen menyediakan panduan yang jelas tentang apa yang perlu dikomunikasikan dan bagaimana pesan tersebut akan disampaikan. Selain itu, manajemen juga membantu memastikan

bahwa komunikasi tidak hanya terjadi secara vertikal antara atasan dan bawahan, tetapi juga secara horizontal antara unit yang berbeda.

Lebih lanjut, manajemen membantu memfasilitasi komunikasi dengan menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan yang mungkin saling bertentangan di dalam organisasi. Hal ini memungkinkan organisasi untuk mencapai efisiensi, efektivitas, dan produktivitas dalam pelaksanaan kegiatan mereka. Dengan manajemen yang baik, organisasi dapat menciptakan lingkungan di mana komunikasi berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan bersama, memperkuat kolaborasi antar pihak-pihak yang terlibat, dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Oleh karena itu, hubungan antara manajemen dan komunikasi saling melengkapi dan mendukung satu sama lain dalam upaya mencapai kesuksesan organisasi.

2. Manajemen Komunikasi & Partisipasi Masyarakat

Secara umum, manajemen di setiap lembaga atau organisasi terkait dengan usaha untuk mengembangkan kemampuan dan memimpin tim atau kelompok orang dalam satu kesatuan. Ini dilakukan dengan menggunakan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya dalam organisasi.

Organisasi, baik itu yang berkecimpung di dunia politik, bisnis, pelayanan masyarakat, kemasyarakatan, pendidikan, atau jenis organisasi lainnya, umumnya memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan ini tercermin dalam semua aktivitas organisasi, mulai dari hal-hal kecil yang dianggap

remeh hingga keputusan penting yang memengaruhi jalannya organisasi secara keseluruhan.

Manajemen komunikasi muncul sebagai respons terhadap kebutuhan untuk menyatukan teori komunikasi dengan praktiknya. Para teoretisi komunikasi mengalami kesulitan dalam mengaplikasikan pengetahuan teoritisnya, sementara praktisi komunikasi menghadapi kendala dalam merujuk pada teori atau ilmu komunikasi. Oleh karena itu, manajemen komunikasi berperan sebagai penghubung antara teori dan praktik komunikasi. Maka dari itu, manajemen komunikasi hadir sebagai proses integrasi berbagai sumber daya komunikasi melalui tahapan manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Yusuf dan Ridwan, 2018:56).

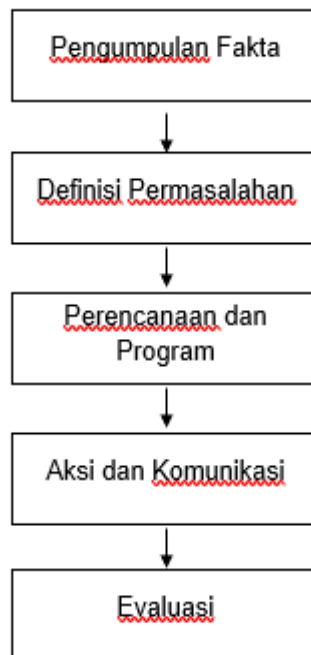
Berdasarkan penjabaran di atas mengenai konsep manajemen komunikasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen komunikasi pada dasarnya merujuk pada proses interaksi antar individu atau kelompok yang melibatkan fungsi-fungsi manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, pelaksanaan dan evaluasi

Proses komunikasi yang melibatkan fungsi-fungsi manajemen tentunya memiliki sebuah tujuan yang spesifik. Dalam konteks organisasi, manajemen komunikasi berperan sebagai alat yang mengkomunikasikan tujuan dan informasi dari organisasi terhadap khalayak secara efektif dan efisien. Komunikasi yang didasari oleh fungsi-fungsi manajerial memainkan

peran kunci dalam mencapai tujuan organisasi, baik itu dalam hal meningkatkan penjualan dan loyalitas publik (manajemen pemasaran), maupun dalam membangun dan memelihara reputasi organisasi di mata publik (manajemen *public relations*).

Dalam penelitian ini, manajemen komunikasi dilakukan dengan tujuan membangun hubungan baik antara masyarakat dengan organisasi atau pemerintah. Manajemen *public relations* didefinisikan sebagai upaya komunikasi yang bertujuan untuk membangun hubungan yang positif antara organisasi dan publiknya melalui strategi komunikasi efektif yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat demi mencapai tujuan bersama. Hal ini dilakukan untuk menciptakan pemahaman, kepercayaan, dan dukungan dari masyarakat terhadap kegiatan atau kebijakan yang dilakukan oleh organisasi atau pemerintah. Dengan demikian, manajemen *public relations* menjadi instrumen penting dalam memfasilitasi komunikasi dua arah yang efektif antara organisasi atau pemerintah dengan masyarakat, sehingga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

Adapun proses kerja manajemen *public relations* yang melibatkan pendekatan manajerial menurut Cutlip dan Center (1985) sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Proses Manajemen Public Relations

Sumber: Cutlip and Center (1985)

- a. Pengumpulan fakta adalah tahap awal yang penting dalam proses manajemen *public relations*. Proses ini melibatkan pengumpulan, pemilahan, dan analisis informasi yang relevan untuk memahami situasi dan konteks di mana organisasi atau klien beroperasi.
- b. Definisi permasalahan mengacu pada proses identifikasi dan pemahaman masalah atau tantangan yang dihadapi oleh organisasi dalam menjalin hubungan dengan publiknya, yang di dalamnya termasuk reputasi yang tercemar, krisis yang tidak terduga, hingga ketidakpuasan masyarakat terhadap rencana yang ditawarkan.
- c. Perencanaan dan program meliputi berbagai aspek seperti pertimbangan alternatif, evaluasi manfaat dan risiko dari setiap

alternatif serta pengambilan keputusan mengenai langkah-langkah yang akan diambil (Qoimah, 2018:201).

- d. Aksi dan komunikasi merupakan usaha untuk mengimplementasikan rencana berbentuk tujuan suatu organisasi dengan menggunakan berbagai arahan dan pedoman yang telah ditetapkan.
- e. Evaluasi sebagai alat manajemen bertujuan untuk menilai suatu objek berdasarkan pedoman yang ada. Evaluasi manajemen komunikasi adalah penilaian terhadap keberhasilan program-program komunikasi, di mana hasil evaluasi digunakan sebagai pedoman untuk kegiatan mendatang agar tidak terjadi penyimpangan.

Seperti yang terlihat pada gambar di atas, bahwa sebuah rencana semata-mata tidak hanya berpaku pada pelaksanaan. Melainkan membutuhkan proses yang diikuti dengan langkah pengendalian melalui identifikasi masalah dan evaluasi. Dengan menerapkan proses manajemen dalam rencana komunikasi, sebuah organisasi mampu menciptakan proses komunikasi yang relevan dengan kondisi masyarakat. Selain itu, penerapan manajemen komunikasi membantu organisasi untuk menjalin hubungan baik dengan publiknya yang kemudian akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam rencana yang digagas oleh organisasi atau pemerintah.

Arti partisipasi ini sangat vital dalam konteks kegiatan pembangunan. Dalam konteks ini, partisipasi merupakan elemen kunci

dalam memastikan kesuksesan dan keberlanjutan upaya pembangunan. Partisipasi ini mencerminkan komitmen untuk melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses pembangunan, sehingga mendorong rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap hasilnya.

Menurut Dwiningrum (2015:50), partisipasi adalah keterlibatan mental dan emosional seseorang dalam situasi kelompok yang mendorong mereka untuk mendukung pencapaian tujuan kelompok dan bertanggung jawab terhadap kelompok mereka dalam rangka memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat.

Menurut Ndraha (1990:34), partisipasi adalah keterlibatan dalam kegiatan bersama dalam mencapai hasil dari program pembangunan yang tidak mencapai sasaran karena kurangnya partisipasi masyarakat. Penyebab kondisi ini dapat bermacam-macam, termasuk yang disebabkan oleh:

- a. Dampak positif dari pembangunan bersifat parsial dan tidak merata ke seluruh lapisan masyarakat.
- b. Maksud dan tujuan dari sebuah pembangunan kurang dipahami oleh rakyat.
- c. Meskipun masyarakat memahami bahwa maksud dan tujuan pembangunan adalah meningkatkan taraf hidup mereka, cara yang dilakukan untuk merealisasikan pembangunan tersebut tidak sesuai dengan kehendak dan pemahaman masyarakat.

Maka dari itu, keikutsertaan masyarakat dalam keseluruhan proses pembangunan dinilai sangat penting. Adapun bentuk-bentuk partisipasi masyarakat menurut Efendi dalam Dwiningrum (2015:58), dibagi menjadi:

a. Partisipasi vertikal

Partisipasi vertikal disebut demikian karena masyarakat terlibat dalam program yang diadakan oleh pihak lain, di mana masyarakat berada dalam posisi sebagai bawahan, pengikut, atau klien dalam hubungan tersebut.

b. Partisipasi horizontal

Dalam bentuk partisipasi ini, setiap anggota atau kelompok memiliki porsi partisipasi yang sejajar atau horizontal sehingga mereka dapat berinteraksi satu sama lain. Partisipasi seperti ini menunjukkan awal tumbuhnya kemampuan masyarakat untuk berkembang mandiri.

Selain bentuk partisipasi yang menentukan apakah masyarakat bertindak sebagai pengikut atau pemangku kekuasaan yang setara dengan pemangku kekuasaan utama dalam sebuah pembangunan, terdapat empat macam partisipasi seperti yang dikemukakan oleh Cohen dan Uphoff dalam Dwiningrum (2015:61) sebagai berikut:

a. Partisipasi dalam pengambilan keputusan

Partisipasi ini terkait dengan masyarakat bersama-sama menentukan pilihan yang mengatur arah dan tujuan pembangunan. Bentuk partisipasi ini bisa beragam, seperti menghadiri rapat,

berdiskusi, memberikan ide, memberikan tanggapan, atau menolak program yang diajukan.

b. Partisipasi dalam pelaksanaan

Partisipasi jenis ini melibatkan pelaksanaan rencana yang telah disetujui sebelumnya. Dalam menjalankan program, penting bagi berbagai pihak, terutama pemerintah sebagai pusat perhatian dan sumber utama pembangunan, untuk terlibat secara aktif.

c. Partisipasi dalam pengambilan manfaat

Partisipasi jenis ini berkaitan dengan hasil yang dapat dicapai dari pelaksanaan program, baik dalam segi kualitas maupun kuantitas. Kualitas program diukur melalui pencapaian hasil yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Sementara itu, kuantitasnya dapat dilihat dari peningkatan "output" yang berhasil dicapai.

d. Partisipasi dalam evaluasi

Partisipasi jenis ini terkait dengan evaluasi pelaksanaan program secara menyeluruh. Tujuannya adalah untuk memastikan apakah program telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan atau terdapat penyimpangan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pembangunan yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Soetomo, 2008: 214). Yang dimaksud dengan faktor internal menurut Slamet (2013: 137-143) yaitu faktor yang berasal dari dalam kelompok masyarakat itu sendiri, yaitu dari individu-individu dan kelompok-kelompok di dalamnya.

Dalam teori ini, terdapat hubungan antara ciri-ciri individu dengan tingkat partisipasi, seperti usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, lamanya menjadi anggota masyarakat, besarnya pendapatan, dan keterlibatan dalam kegiatan pembangunan yang dapat sangat memengaruhi tingkat partisipasi. Sedangkan menurut Sunarti (2003:9), faktor eksternal yang mempengaruhi partisipasi masyarakat mencakup semua pihak yang berkepentingan atau *stakeholder* dan mempunyai pengaruh terhadap sebuah program pembangunan.

B. Kajian Teori

1. Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan pertukaran informasi antara dua orang atau lebih, atau disebut juga pertukaran ide dan pikiran yang disampaikan oleh penyampai pesan kepada penerima pesan agar informasi tersebut dapat mengubah sikap dan perilaku (Andriyani, Darmawan, dan Hidayati, 2018). Organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerja sama dan saling bergantung untuk mencapai tujuan bersama (Duha, 2018). Organisasi tidak lepas dari komunikasi, karena komunikasi sebagai jembatan interaksi antar anggota organisasi. Komunikasi yang baik merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan organisasi. Komunikasi dalam organisasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, ide-ide antar anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Redding & Sanborn (dalam Rinawati, 2021) menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan penerimaan dan pengiriman pesan

meliputi hubungan manusia, hubungan satuan pengelola, komunikasi dari atas kebawah dan sebaliknya, komunikasi horizontal, dan mengandalkan kemampuan komunikasi verbal dan non-verbal. Komunikasi organisasi tidak perlu komunikasi tatap muka atau secara langsung, artinya bahwa komunikasi organisasi dilakukan secara terstruktur dan melibatkan pemikiran yang rasional (Goldberg dan Larson, 2006).

Komunikasi organisasi adalah proses, dikatakan sebagai proses karena terjadi terus menerus, penciptaan makna diantara unit-unit komunikasi dalam sebuah organisasi (Mas dan Haris, 2020). Miller (2014) mendefinisikan organisasi sebagai lima fitur penting, yaitu, adanya koletivitas sosial, tujuan organisasi dan individu, koordinasi aktivitas, struktur organisasi, dan penyematan organisasi di dalam lingkungan organisasi lain.

Komunikasi organisasi memiliki tujuan yang sama yakni menyampaikan pesan kepada antar anggota organisasi. Namun demikian aliran komunikasi dalam organisasi terjadi dibeberapa arah. Rinawati (2021) memaparkan aliran komunikasi sebagai berikut:

- a. Komunikasi ke bawah, komunikasi ini memiliki pola dari atas yakni pemimpin dan manager memberikan instruksi kerjaan sesuai sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Komunikasi ke bawah juga untuk menginformasikan kebijakan dan prosedur bawahan serta merespon balik tentang kinerja karyawan.

- b. Komunikasi ke atas, komunikasi ini digunakan bawahan untuk memberi umpan balik ke atasan, menginformasikan mengenai kemajuan sasaran dan melaporkan masalah-masalah.
- c. Komunikasi horizontal, komunikasi ini digunakan anggota organisasi yang berada dalam tingkatan yang sama.
- d. Komunikasi Lintas Saluran, komunikasi ini adalah komunikasi dengan orang-orang yang diawasi dan mengawasi namun orang-orang tersebut bukan atasan atau bawahan mereka.

Adapun fungsi utama dari komunikasi organisasi meliputi informatif, pengendalian (*regulatory*), persuasif, integratif (Muhith dan Siyoto, 2019).

Komunikasi dalam organisasi berfungsi sebagai:

- a. Informatif

Atasan dan anggota organisasi membutuhkan informasi untuk menyelesaikan pekerjaannya. Informasi tersebut berkaitan dengan upaya untuk mencapai organisasi (Muhith dan Siyoto, 2019).

- b. Pengendalian (*Regulatory*)

Komunikasi berfungsi sebagai pengatur dan pengendali organisasi. Komunikasi dalam hal ini berupa peraturan, prosedur, perintah dan laporan. Fungsi regulatif dipengaruhi oleh dua hal yaitu pertama, atasan yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan dan memberikan instruksi atau perintah kepada bawahan. Kedua, berkaitan dengan pesan atau message (Muhith dan Siyoto, 2019).

c. Persuasif

Komunikasi berfungsi untuk mengajak orang lain mengikuti atau menjalankan ide atau gagasan atau tugas. Cara persuasif akan lebih mendorong bawahan atau anggota organisasi untuk selalu berkreasi dan termotivasi untuk menyelesaikan pekerjaannya ataupun bisa menyelesaikan masalahnya sendiri (Purwanto, 2011).

d. Integratif

Setiap organisasi menyediakan saluran untuk bawahan dapat melaksanakan tugas atau pekerjaan dengan baik. Permasalah atau pekerjaan tidak efektif apabila dikerjakan sendiri, untuk itu fungsi integratif mendorong bawahan untuk menjalin komunikasi dengan sesama untuk mencapai tujuan bersama (Muhith dan Siyoto, 2019).

2. Komunikasi Kelompok

Konsep komunikasi antar manusia sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih dipahami sebagai transaksi alamiah di antara pengirim dan penerima pesan dalam suatu kelompok individu untuk saling menukar makna. Komunikasi kelompok, seperti yang dijelaskan oleh West dan Turner (2009), adalah komunikasi antara sejumlah orang yang memiliki tujuan atau kepentingan bersama di antara anggotanya, sering terjadi dalam konteks lingkungan sosial. Dalam komunikasi kelompok, perilaku komunikasi ditujukan untuk mencapai tujuan bersama, yang menandakan bahwa anggota kelompok berinteraksi untuk mencapai tujuan

bersama, menghargai satu sama lain, dan merasa sebagai bagian dari kelompok tersebut (Bahfiarti, 2020:32).

Adapun definisi komunikasi kelompok menurut Mulyana dalam Jatnika (2019:6), merupakan proses komunikasi yang dilaksanakan oleh seorang komunikator terhadap suatu kelompok orang yang berjumlah lebih dari dua orang, yang saling mengenal satu sama lain dan menganggap diri mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Tujuannya adalah untuk mencapai maksud dan tujuan tertentu seperti berbagi informasi tentang perawatan diri atau menyelesaikan masalah, sehingga semua anggota dapat memahami karakteristik pribadi anggota lainnya dengan benar dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan bersama..

Kemudian Goldberg dan Larson (2011) menjelaskan bahwa fokus utama dari studi komunikasi kelompok adalah pada fenomena komunikasi di dalam kelompok kecil, termasuk pemahaman terhadap proses komunikasi dalam kelompok dan analisis kebutuhan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi kelompok. Ini mencakup kemampuan dalam berpikir reflektif, mendengarkan, berbicara, berperan, menganalisis situasi kasus, membangun suasana kepemimpinan, dan sebagainya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas mengenai komunikasi kelompok, dapat dipahami bahwa komunikasi kelompok merupakan proses interaksi terjadi antara sekelompok orang yang berjumlah lebih dari dua orang dan saling mengenal satu sama lain. Fokus utamanya adalah interaksi antara anggota kelompok, dengan tujuan mencapai maksud atau

tujuan tertentu, seperti berbagi informasi, menyelesaikan masalah, atau mempengaruhi sikap dan perilaku anggota kelompok. Komunikasi kelompok juga melibatkan pembentukan hubungan interpersonal yang kuat di antara anggota kelompok.

Dalam komunikasi kelompok, terdapat karakteristik yang ditentukan oleh norma dan peran (Jatnika, 2019:6):

a. Norma

Norma bisa diartikan sebagai kesepakatan tentang bagaimana cara orang berinteraksi dan berperilaku satu sama lain, di mana norma ini berbeda di masing-masing kelompok, tetapi semua kelompok memiliki norma. Selain itu, norma merupakan kesepakatan tentang perilaku anggota kelompok dan aturan mengenai topik diskusi maupun cara pengambilan keputusan yang dapat ditetapkan secara implisit maupun eksplisit.

Dalam kelompok terdapat norma norma deskriptif yang menentukan apa yang umumnya dilakukan dalam suatu situasi, dan norma perintah yang menetapkan apa yang disetujui oleh masyarakat. Kedua jenis norma ini mempengaruhi perilaku manusia, namun norma perintah cenderung memiliki dampak yang lebih besar.

b. Peran

Peran adalah bagaimana seseorang bertindak dalam posisi tertentu dalam suatu kelompok sosial. Ini berhubungan dengan pola perilaku yang terkait erat dengan posisi sosial seseorang. Ketika

seseorang menjalankan hak dan kewajiban sesuai dengan posisinya, itu berarti dia sedang memainkan suatu peran.

Ada tiga jenis peran: peran aktif, peran partisipatif, dan peran pasif. Peran aktif adalah ketika seseorang aktif berperan sebagai pengurus atau aktivis dalam kelompok. Peran partisipatif adalah ketika seseorang memberikan kontribusi yang berguna bagi kelompok. Sedangkan peran pasif adalah ketika seseorang memberikan kontribusi yang lebih tidak aktif, dengan menahan diri untuk memberi kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok, dan bahkan memberi sumbangan agar tidak terjadi konflik karena peran anggota lain yang bertentangan.

Tiap-tiap bagian dari komunikasi tentunya memiliki tujuan, begitupun dengan komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok sendiri memiliki dua kategori tujuan, yakni tujuan personal (Muhammad, 2015) dan tujuan yang berhubungan dengan tugas (Bungin, 2008):

a. Tujuan Personal

1. Hubungan sosial

Komunikasi kelompok memungkinkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan interpersonalnya melalui komunikasi yang dilakukan di dalam kelompok-kelompok kecil, misalnya mengobrol di pesta pernikahan atau mengobrol bersama teman di kafe

2. Penyaluran

Komunikasi kelompok juga memungkinkan seseorang untuk menyalurkan perasaannya, sehingga terbebas dari ketegangan. Kelompok kecil untuk penyaluran ini cenderung mengarahkan komunikasi pada masalah personal dibanding interpersonal.

3. Terapi

Tujuan ini sering diterapkan oleh kelompok profesional yang memberikan dukungan atau bimbingan kepada individu untuk mengubah sikap dan perilaku yang dianggap negatif. Contohnya, kelompok ini dapat memberikan terapi kepada individu yang mengalami kecanduan alkohol, obat terlarang, dan sebagainya.

4. Pendidikan

Sebuah kelompok, baik dalam konteks resmi maupun tidak resmi, berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama dan berbagi pengetahuan di antara para anggotanya. Alasan dari komunikasi kelompok ini adalah belajar dan memperkaya ilmu.

b. Tujuan Yang Berhubungan Dengan Tugas

1. Pembuatan keputusan

Komunikasi kelompok diaplikasikan dalam pengambilan keputusan dalam suatu kelompok, agar didapatkan alternatif terbaik untuk suatu perencanaan. Selain itu, apabila anggota

kelompok merasa dilibatkan dalam pembuatan keputusan, mereka akan senang dengan hasilnya dan berpartisipasi dalam pengerjaannya.

2. Pemecahan masalah

Memecahkan masalah secara berkelompok dianggap cara terbaik. Dengan berkelompok, berbagai masalah dalam berbagai konteks, baik itu yang terjadi di tempat kerja, pemerintahan, sekolah, dan rumah dapat diselesaikan dengan baik.

3. **Public Relations Kritis**

Dalam organisasi, terdapat kelompok publik yang memiliki dominasi dan berupaya menggunakan kekuatan serta pengaruhnya untuk mencapai kepentingan tertentu, sehingga beberapa kelompok publik lain dianggap tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terlibat dalam organisasi tersebut (Kriyantono, 2017:261). Dominasi ini menjadi fokus utama dari pendekatan *public relations* yang bersifat kritis. Pendekatan ini menekankan perlunya *public relations* untuk mendukung dan memperjuangkan kepentingan publik yang terpinggirkan serta meningkatkan kemampuan dan pengaruh yang dimiliki oleh publik untuk dapat berpartisipasi. Hal ini mencerminkan tujuan utama dari *public relations*, yaitu memfasilitasi partisipasi publik dalam kegiatan organisasi, sambil mendorong organisasi untuk mempertimbangkan aspek etika dan tanggung jawab sosialnya.

Pendekatan kritis bertujuan untuk membawa perubahan dalam struktur sosial, politik dan ekonomi yang membatasi potensi individu. Dalam konteks *public relations*, pendekatan kritis perlu karena beberapa alasan, yakni:

- a. Mengkritik dan menantang apakah asumsi mengenai *public relations* sebagai jembatan yang menghubungkan kepentingan organisasi dan publik bersifat faktual atau hanya sebatas jargon pencitraan.
- b. Mengkritik kebijakan atau praktik dalam area *public relations*, termasuk peran dan tanggungjawab di masyarakat demokrasi.
- c. Thomas dalam Kriyantono (2017:264) mengungkapkan perlunya pendekatan kritis adalah sebagai berikut:
 1. Pendekatan kritis mendorong sikap kritis terhadap segala hal yang cenderung mendominasi, menekan, dan menyubordinasi pihak lain.
 2. Tanggung jawab intelektual, di mana sikap kritis merupakan sikap intelektual untuk mengungkap kebenaran dengan bersikap kritis terhadap praktik yang merendahkan nilai kemanusiaan.
 3. Potensi emansipatori. Pendekatan kritis mendorong terwujudnya persamaan atau kesederajatan individu tanpa melihat latar belakang SARA. Membebaskan diri dari bentuk dominasi budaya.

4. Kewajiban etis, artinya praktisi PR mempunyai tanggungjawab etis untuk berperan serta mewujudkan kesejahteraan bersama dengan melaksanakan profesinya dengan baik.

Dari sisi praktik, pendekatan kritis mempengaruhi bagaimana aktivitas PR seharusnya dilakukan. Secara umum, aktivitas PR berdasarkan pendekatan kritis adalah untuk mendukung atau membela kepentingan publik internal dan eksternal serta meningkatkan power dan pengaruh yang dimiliki publik dalam persaingan pasar. Selain itu, pendekatan *public relations* kritis juga bertujuan untuk membuka kesadaran publik dan memfasilitasi publik agar berpartisipasi dalam organisasi, serta mendorong organisasi agar memperhatikan aspek etik dan tanggungjawab soisalnya.

C. Penelitian yang Relevan

1. Sistem Kendali dan Strategi Penanganan (Manajemen) Krisis dalam Kajian Public Relations. Arief Fajar. Sumber: jurnalaspikom.org

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji sistem kendali dan strategi penanganan (manajemen) krisis dalam konteks Public Relations, dengan menggunakan studi kasus krisis PT Newmont Minahasa Raya terkait pencemaran Teluk Buyat. Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui beberapa sumber rujukan, seperti studi literatur dan dokumentasi terkait kasus PT. Newmont Minahasa Raya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model

strategi manajemen krisis dari Rhenald Kasali yang mengadaptasi model anatomi krisis Steven Fink. Model ini terdiri dari 4 tahap: Prodomal, Akut, Kronik, dan Resolusi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Newmont Minahasa Raya gagal mendeteksi tanda-tanda awal krisis terkait isu-isu lingkungan dari aktivitas pertambangan mereka pada tahap prodomal. Kelalaian ini kemudian memicu kegagalan komunikasi krisis pada tahap akut karena perusahaan terlambat merespons dan bersikap defensif. Sehingga pada tahap kronik, perusahaan menerapkan berbagai strategi penanganan krisis yang meliputi strategi terkait kebijakan pemerintah, strategi terkait masyarakat, strategi sponsorship dan publikasi serta strategi riset. Pada tahap resolusi, perusahaan memetik pelajaran untuk lebih proaktif mendeteksi isu, memahami perubahan masyarakat, dan mempersiapkan perencanaan krisis yang matang.

2. Manajemen Komunikasi Pemerintah dalam Kebijakan Transparansi Informasi. Marroli J. Indarto Sumber: lib.ui.ac.id

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya penerapan keterbukaan informasi pada badan publik dan minimnya partisipasi masyarakat menggunakan hak untuk tahu (*Rights to Know*) oleh karena itu perlu adanya manajemen komunikasi pemerintah dari Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) yang efektif. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana metode manajemen dan evaluasi komunikasi pemerintah dalam kebijakan transparansi informasi. Metodologi penelitian menggunakan paradigma positivis dengan perspektif manajemen pada pendekatan

kualitatif studi kasus. Metode manajemen komunikasi dibahas dengan proses empat langkah metode manajemen Cutlip, Center, dan Broom, Metode Transparansi Rawlin dan teori pengait yaitu teori pemangku kepentingan.

Dalam menjawab pertanyaan penelitian tentang peran pemerintah dalam mengidentifikasi masalah, merencanakan program, dan mengkomunikasikan kebijakan keterbukaan informasi publik, beberapa temuan dapat disimpulkan. Pertama, terdapat ketidakpastian hukum dalam transaksi informasi karena interpretasi regulasi keterbukaan informasi dan tumpang tindih eksekutor kebijakan, yang mengakibatkan kritik terhadap kinerja badan publik. Kedua, komunikasi pemerintahan dalam kebijakan publik masih terfokus pada peningkatan kesadaran, belum optimal dalam merubah perilaku. Ketiga, analisis situasi oleh Kemenkominfo berdasarkan riset informal, dengan fokus terbatas pada kebutuhan badan publik negara. Keempat, model perencanaan yang digunakan adalah evolutionary mode, memberikan fleksibilitas dalam menghadapi dinamika penerapan UU keterbukaan informasi. Kelima, kegiatan sosialisasi Kemenkominfo masih bersifat konvensional, hanya ditujukan kepada badan publik dengan metode konsultatif. Terakhir, evaluasi atas kegiatan komunikasi Kemenkominfo terkait kebijakan transparansi informasi belum dilakukan secara metodologis, hanya dilakukan melalui penilaian hasil nyata dan keluaran komunikasi.

3. Komunikasi Kelompok Sebagai Faktor Pendorong Terbentuknya Kerjasama dalam Menyelesaikan Pekerjaan K3L di Lingkungan Universitas Padjadjaran. Melianny Budiarti Santoso, Hadiyanto A. Rachim, Dinda Azzahra Syauqina. Sumber: jurnal.unpad.ac.id

Komunitas Delima di Pejaten Timur Pasar Minggu adalah sebuah kelompok yang aktif berdialog dan dapat menunjukkan dirinya sebagai komunitas yang mengandalkan partisipasi penuh dari semua anggotanya dalam kegiatan pengelolaan sampah. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati proses komunikasi di dalam kelompok masyarakat sebagai bagian dari kontribusi pada pemberdayaan komunitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan tehnik wawancara semi struktur, observasi partisipatis, dan dokumentasi. Tehnik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data dan verifikasi data serta upaya mengecek keabsahan data dilakukan dengan melalui tehnik triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi dan dialog yang terbuka serta setara memiliki peran penting dalam manajemen lingkungan di lingkungan perkotaan, mencakup tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Prinsip keterbukaan dan kesetaraan menjadi landasan dalam melaksanakan kegiatan pengelolaan sampah, yang memungkinkan kelangsungan kegiatan komunitas. Proses ini sangat bergantung pada peran aktor lokal dalam Komunitas Delima. Meskipun beberapa aktor memiliki kekuasaan dan pengaruh dalam program pengelolaan sampah, mereka selalu mengundang anggota

komunitas untuk berdiskusi bersama dalam menyelesaikan masalah. Hal ini membuat anggota komunitas merasa dihargai dan merasa memiliki program pengelolaan sampah dan lingkungan yang dilakukan.

4. Partisipasi Masyarakat dalam Perencanaan Pembangunan di Kampung Pintareng Kecamatan Tabukan Selatan Tenggara. Diradimalata Kaehe, Joorie M. Ruru dan Welson Y. Rompas. Sumber: ejournal.unsrat.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis partisipasi masyarakat dalam pembangunan di Kampung Pintareng Kecamatan Tabukan Selatan Tenggara melalui perencanaan. Penelitian ini menganggap bahwa partisipasi masyarakat merupakan hal yang krusial dalam sebuah pembangunan, karena rencana pembangunan, terutama yang dilakukan di pedesaan, tidak dapat dipisahkan dari partisipasi masyarakat lokal itu sendiri. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pengamatan, wawancara dan pengumpulan data dengan dokumen sebagai metode pengumpulan data.

Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti oleh penulis melalui pengamatan, pengumpulan data dan proses wawancara mengenai Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan Pembangunan di Kampung Pintareng Kecamatan Tabukan Selatan Tenggara Kabupaten Sangihe masih kurang baik. Dari masyarakat sendiri harus lebih meningkatkan kesadaran mereka tentang berpartisipasi dalam perencanaan pembangunan, yang dilihat dari sumbangan pemikiran (ide atau gagasan), sumbangan materi (dana dan barang) dan sumbangan tenaga (bekerja). Kemudian dari sisi pemerintah, kesimpulan dari penelitian ini adalah

menyarankan pemerintah untuk lebih mensosialisasikan program perencanaan pembangunan secara transparan kepada seluruh masyarakat, agar masyarakat lebih memahami dan ikut melibatkan diri dalam program perencanaan pembangunan dan dapat berkoordinasi secara bijaksana dengan masyarakat.

D. Kerangka Pikir



Gambar 2. 2 Kerangka Pikir

E. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional dari beberapa konsep dasar yang terkait dengan analisis implementasi manajemen *komunikasi* sebagai upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam reklamasi Pulau Lae-Lae dalam penelitian ini adalah:

1. Reklamasi merupakan pengalihfungsian wilayah perairan menjadi daratan agar dapat dimanfaatkan untuk kegiatan yang sesuai, serta memanfaatkan wilayah tersebut untuk tujuan konservasi wilayah pantai. Proses ini dilakukan ketika wilayah telah mengalami erosi atau abrasi yang signifikan sehingga perlu dikembalikan ke kondisi semula karena pentingnya wilayah tersebut bagi negara.
2. Manajemen komunikasi adalah proses pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan yang di dalamnya melibatkan fungsi-fungsi manajerial seperti perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan secara efektif mencapai target audiens dan menciptakan pemahaman yang jelas serta hubungan yang baik antara organisasi dan pihak terkait.
3. Partisipasi sering diasosiasikan dengan aktivitas terkait pembangunan, pengambilan keputusan, kebijakan, dan layanan pemerintah. Partisipasi ini mencerminkan komitmen untuk melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses pembangunan, sehingga mendorong rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap hasilnya.