

STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (LPM) DALAM SOSIALISASI PROGRAM PEMBINAAN MASYARAKAT DI KELURAHAN LOA BAKUNG KOTA SAMARINDA

Dana Priatama¹

Abstrak

Artikel ini berisi tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) dalam mensosialisasikan program pembinaan masyarakat di Kelurahan Loa Bakung Samarinda. Strategi yang dilaksanakan melalui beberapa tahap sesuai teori strategi komunikasi seperti menentukan khalayak, bagaimana menyusun pesan, menetapkan metode yang digunakan serta menyeleksi penggunaan media cetak maupun elektronik. Dimana strategi komunikasi yang telah terencana seperti sosialisasi Program Pembinaan Masyarakat yang dilakukan di kelurahan yang didampingi oleh koordinator program pembinaan masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kota Samarinda dalam mensosialisasikan program pembinaan masyarakat sudah tepat.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Program Pembinaan Masyarakat

Pendahuluan

Pembangunan nasional adalah di rumuskan sebagai suatu proses guna menciptakan berbagai perubahan yang berjalan dengan cepat dari arah yang baik kearah yang lebih baik maupun perubahan-perubahan yang membawa berbagai kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Pembangunan nasional yang di maksud yaitu pembangunan yang menyeluruh baik di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan dan termasuk di dalamnya pembangunan manusia Indonesia yang seutuhnya sebagai mana telah tertuang dalam Undang - Undang Dasar 1945 yang bunyinya yaitu melindungi segenap dan seluruh tumpah darah Indonesia. Mewujudkan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: danainteristi@yahoo.co.id

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya yang disengaja untuk memfasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan, memutuskan dan mengelola sumberdaya lokal yang dimiliki melalui *collective action* dan *networking* sehingga pada akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, ekologi, dan sosial. Dalam pengertian yang lebih luas, pemberdayaan masyarakat merupakan proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu menempatkan diri secara proporsional dan menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai suatu keberlanjutan dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil observasi tak langsung yang penulis lakukan diperoleh informasi mengenai gambaran situasi serta kondisi yang ada di kelurahan loa bakung maupun Lembaga Pemberdayaan Masyarakat, masih menunjukkan lemahnya tingkat pemberdayaan masyarakat untuk mendorong agar terjadinya pembangunan yang merata hal ini dapat dilihat salah satunya dari parit – parit yang tersumbat karena sampah, yang apabila terjadi hujan deras yang cukup lama maka akan menyebabkan banjir di kawasan tertentu Kelurahan Loa Bakung.

Mengamati pentingnya peran Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) dalam Pemberdayaan masyarakat desa dan kelurahan agar tercipta pembangunan yang cepat dalam semua aspek tentu masalahnya tidak lepas dengan kemampuan dari para perangkatnya dimana pada umumnya memiliki sedikit sekali bekal pengetahuan yang memadai mengenai manajemen pemberdayaan masyarakat untuk arah pembangunan, sehingga rata-rata perkembangan pembangunan di desa dan kelurahan berjalan agak lamban, selain itu juga belum optimalnya peran aktif kesadaran masyarakat dan pemuda dalam melaksanakan pembangunan karena kurang efektifnya pelaksanaan fungsi Lembaga Pemberdayaan Masyarakat, serta kurangnya daya dukung infrastruktur sarana dan prasarana juga membuat kondisi masyarakat kelurahan Loa Bakung lemah.

Setelah mengamati pentingnya peran Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM), Oleh karena itu memerlukan adanya pembinaan yang aktif dan menyeluruh terhadap masyarakat Kelurahan Loa Bakung agar bisa membantu peran Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) dalam meningkatkan infrastruktur sarana dan prasarana di kawasan Loa bakung yang sangat berguna bagi masyarakat luas.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka secara umum permasalahan yang akan diteliti, dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja yang menjadi program LPM dalam pembinaan Masyarakat di Kelurahan Loa Bakung.

2. Bagaimanakah Strategi Komunikasi Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Dalam Sosialisasi Program Pembinaan Masyarakat di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.
3. Apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melaksanakan Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Dalam Pembinaan Masyarakat di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan judul, latar belakang, dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai penulis adalah :

1. Untuk mengetahui program LPM dalam pembinaan Masyarakat di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda
2. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Dalam Sosialisasi Program Pembinaan Masyarakat di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung yang dihadapidalam penerapan Strategi Sosialisasi Program Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) dalam Pembinaan Masyarakat di Kelurahan Loa Bakung Kota Samarinda.

Kerangka Dasar Teori

Teori S-O-R

Menurut Onong Uchjana Effendy (Uchjana, 2003:254-256) Teori S-O-R sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Menurut *stimulus response* ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengaharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- a. Pesan (*stimulus*, S)
- b. Komunikan (*organism*, O)
- c. Efek (*Response*, R)

Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Jains, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan.

Strategi Komunikasi

Menurut Glueck (1998:12), strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

Menurut Winadi (1989:46), strategi berasal dari bahasa Yunani yang artinya kepemimpinan (leadership), strategi adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran-sasarannya, dan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan, sangat dibutuhkan pengambilan keputusan strategis.

Menurut Hunger dan Wheelen (2001:16), strategi adalah rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.

Kehidupan manusia tidak terlepas dari ruang lingkup komunikasi, manusia sebagai makhluk sosial, maka dengan komunikasi tidak saja sebagai alat untuk kontak hubungan dengan antara individu, namun komunikasi juga merupakan alat bagi manusia untuk bertahan hidup. Komunikasi memiliki kekuatan untuk melakukan seleksi terhadap berbagai stimuli yang ada disekitarnya, stimuli yang akan dipilih dan stimuli tersebut dapat memberikan rangsangan yang lebih kuat. Dari ruang lingkup komunikasi ada beberapa bentuk – bentuk strategi komunikasi yaitu :

1. Tujuan
2. Sasaran
3. Pesan
4. Instrumen dan kegiatan
5. Sumberdaya dan skala waktu
6. Evaluasi dan perbaikan

Menurut Arifin (1994:58) Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Itulah sebabnya maka langkah pertama yang diperlukan adalah mengenal khalayak dan sasaran. Kemudian berdasarkan dengan adanya pengenalan serta komunikator dipilih, sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada. Langkah – langkahnya sebagai berikut :

1. Menenal Khalayak
2. Menyusun pesan
3. Menetapkan metode
4. Seleksi dan penggunaan Media

Sosialisasi

Hendropuspito (1989:177) dalam arti luas menjelaskan sosialisasi adalah proses suatu usaha masyarakat menghantar warganya masuk kedalam kebudayaan. Dengan kata lain, masyarakat melakukan suatu rangkaian kegiatan tertentu untuk menyerah terimakan kebudayaan dari satu

generasi ke generasi berikutnya. Sosialisasi dalam arti sempit dapat dirumuskan sebagai perangkat kegiatan masyarakat yang didalamnya individu - individu diajar dan belajar memahirkan diri dalam peranan sosial yang sesuai dengan bakatnya.

Dalam arti seperti tersebut diatas, sosialisasi membahas masalah pendidikan angkatan muda dengan sistem pendidikan formal (sekolah) dalam kaitannya dengan masalah alokasi jabatan, kata jabatan yang dipinjam dunia pemerintahan politik dipakai disini untuk menggantikan istilah sosiologi fungsi sosial atau peranan sosial. Kata peranan dapat pula digantikan dengan kata pekerjaan atau profesi. Dengan kata ini mungkin kita dapat memahami lebih tepat masalah sedang kita bicarakan dalam kaitannya dengan sosialisasi dalam arti sempit.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan sosialisasi adalah suatu proses pembelajaran seseorang yang dilakukan terus menerus, sepanjang hidup manusia dan sosialisasi akan terhenti jika manusia itu sudah tidak hidup lagi.

Tujuan Pokok Sosialisasi

Arifin (2007:104) menyatakan tujuan pokok sosialisasi adalah :

1. Individu harus diberi ilmu pengetahuan (ketrampilan) yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak dimasyarakat
2. Individu harus mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya.
3. Pengendalian fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
4. Bertingkah atau selaras dengan norma atau tata nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada lembaga atau kelompok khususnya dan masyarakat umumnya.

Terdapat beberapa media sosialisasi menurut Arifin (2007:105), yaitu :

1. Orang tua atau keluarga
Merupakan lingkungan pertama sejak kita dilahirkan dan merupakan lingkungan yang paling lama kita berada.
2. Teman bermain
Dalam hal ini banyak dituntut untuk bersikap toleran, menghargai milik orang lain, memainkan suatu peran atau sebagainya, dengan perkataan lain teman sebaya ini sering menjadi acuan dalam bertingkah laku.
3. Sekolah
Sekolah pada dasarnya merupakan lingkungan formal pertama untuk bersosialisasi

4. Media massa

Media massa sangat penting peranannya dalam proses sosialisasi atau paling tidak melalui media massa seseorang memperoleh pengetahuan.

5. Masyarakat

Kenyataan menunjukkan bahwa makin kompleks masyarakat, maka makin sulit suatu sosialisasi. Hal ini disebabkan karena dalam masyarakat majemuk terdiri dari berbagai kelompok etnis dan aturan belum tentu satu sama lain memiliki norma yang sejalan. Apa yang diperbolehkan dalam satu kelompok, barangkali merupakan larangan dalam kelompok yang lain.

Pembinaan Masyarakat

Menurut Purwadarminta (1982:141) disebutkan bahwa Pembinaan artinya pembangunan, pembaharuan, pembaharuan disini merupakan suatu usaha lebih sesuai, lebih baik dan lebih bermanfaat. Sedangkan menurut Hardjono (1986:11) bahwa, Pembinaan adalah terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *training* yang berarti latihan, maksudnya adalah usaha melatih sekarang dibidang tertentu, supaya terampil dibidang yang dilatihkan.

Selanjutnya menurut pendapat Efendi (1992:24) disebutkan bahwa pembinaan adalah pendidikan dalam rangka perbaikan dan pembaharuan suatu kondisi pada orang perorang, kelompok maupun dalam aspek bidang kehidupan tertentu secara langsung termasuk didalamnya bidang ekonomi, bidang sosial budaya dan bidang politik, sehingga dengan melalui pendidikan itu dapat mencapai titik maksimal.

Hal ini sejalan dengan pendapat Hardjono (1986:17) mengatakan bahwa pembinaan sebaiknya memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Isi sesuai dengan tingkat perkembangan dan pengetahuan para peserta pembinaan maupun berhubungan dengan pengalaman mereka.
2. Isi tidak selalu bersifat teoritis, tetapi praktis dalam arti dapat dibahas dan dikembangkan dari berbagai sudut pandang dan pengalaman para peserta, serta dapat dipraktikkan dalam hidup nyata.
3. Isi tidak terlalu banyak tetapi disesuaikan dengan daya tangkap para peserta dengan waktu yang tersedia.

Masyarakat adalah sejumlah manusia yang merupakan satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama. Seperti; sekolah, keluarga, perkumpulan, Negara semua adalah masyarakat

Dalam ilmu sosiologi kita mengenal ada dua macam masyarakat, yaitu masyarakat paguyuban dan masyarakat petambayan. Masyarakat paguyuban terdapat hubungan pribadi antara anggota - anggota yang

menimbulkan suatu ikatan batin antara mereka. Kalau pada masyarakat patambayan terdapat hubungan pamrih antara anggota-anggota nya.

Unsur-unsur suatu masyarakat :

- a. Harus ada perkumpulan manusia dan harus banyak.
- b. Telah bertempat tinggal dalam waktu lama disuatu daerah tertentu.
- c. Adanya aturan atau undang-undang yang mengatur masyarakat untuk menuju kepada kepentingan dan tujuan bersama.

Bila dipandang cara terbentuk nya masyarakat:

1. Masyarakat paksaan, misalnya negara, masyarakat tawanan
2. Masyarakat mardeka

a). Masyarakat natur, yaitu masyarakat yang terjadi dengan sendiri nya, seperti: geromboklan (harde), suku (stam), yang bertalian karena hubungan darah atau keturunan.

b). Masyarakat kultur, yaitu masyarakat yang terjadi karena kapantingn kedunian atau kepercayaan.

Masyarakat dipandang dari sudut Antropologi terdapat dua type masyarakat:

1. Masyarakat kecil yang belum begitu kompleks, belum mengenal pembagian kerja, belum mengenal tulisan, dan teknologinya sederhana.
2. Masyarakat sudah kompleks, yang sudah jauh menjalankan spesialisasi dalam segal bidang, kerena pengetahuan modern sudah maju teknologipun sudah berkembang dan sudah mengenal tulisan.

Tahap Pelatihan dan Pengembangan

Menurut Gomes dalam Anwar Prabu Mangkunegara (2007:50) Pembinaan mempunyai skope yang lebih luas dibandingkan dengan pelatihan. Jadi pelatihan langsung berkait dengan perfomasi kerja, sedangkan pengembangan tidaklah harus. Terdapat paling kurang 3 (tiga) tahap utama dalam pelatihan dan pengembangan yaitu :

1. Penentuan kebutuhan pelatihan

Untuk menilai kebutuhan-kebutuhan pelatihan bagi para pekerja yang ada daripada mengorientasikan para pekerja yang baru. Dari satu segi kedua-duanya sama. Tujuan penentuan kebutuhan ini adalah untuk mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang relevan guna mengetahui dan/atau menentukan apakah perlu/tidaknya pelatihan dalam organisasi tersebut. Jika perlu pelatihan maka pengetahuan khusus yang bagaimana, kemampuan-kemampuan seperti apa.

2. Desain program pelatihan

Jika pelatihan merupakan solusi terbaik maka para manajer atau supervisor harus menentukan program pelatihan yang tepat yang

bagaimana yang harus dijalankan. Ketepatan metode pelatihan tertentu tergantung pada tujuan yang hendak dicapai identifikasi mengenai apa yang diinginkan agar para pekerja harus mengetahui dan harus melakukan. Terdapat 2 (dua) jenis sasaran pelatihan, yakni : (a) *Knowledge-centered objectives*, dan (b) *Performance-centered objectives*. Pada jenis yang pertama, biasanya berkaitan dengan penambahan pengetahuan, atau perubahan sikap. Sedangkan jenis kedua mencakup syarat-syarat khusus yang berkisar pada metode/teknik, syarat-syarat penilaian, perhitungan, perbaikan dan sebagainya.

3. Evaluasi program pelatihan

Supaya efektif, pelatihan harus merupakan suatu solusi yang tepat bagi permasalahan organisasi, yakni bahwa pelatihan tersebut harus dimaksudkan untuk memperbaiki kekurangan keterampilan. Untuk meningkatkan usaha belajarnya, para pekerja harus menyadari perlunya perolehan informasi baru atau mempelajari keterampilan-keterampilan baru, dan keinginan untuk belajar harus dipertahankan.

Terlepas dari berbagai metode yang ada, apapun bentuk metode yang dipilih, metode tersebut harus memenuhi prinsip-prinsip seperti :

- a. Memotivasi para peserta pelatihan untuk belajar keterampilan yang baru
- b. Memperlihatkan keterampilan-keterampilan yang diinginkan untuk dipelajari
- c. Harus konsisten dengan isi (misalnya, menggunakan pendekatan interaktif untuk mengajarkan keterampilan-keterampilan interpersonal.
- d. Memungkinkan partisipasi aktif
- e. Memberikan kesempatan berpraktek dan perluasan keterampilan
- f. Memberikan *feedback* mengenai performansi selama pelatihan
- g. Harus efektif dari segi biaya.

Dari berbagai tersebut diatas, bahwa pembinaan adalah meningkatkan potensi, pengetahuan atau keterampilan yang dimiliki seseorang dibidang tertentu dan memberikan pengetahuan, atau keterampilan bagi seseorang yang belum memiliki pengetahuan atau keterampilan tersebut.

Pembahasan

Untuk mencapai tujuan dalam mensosialisasikan Program Pembinaan Masyarakat, maka Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung perlu didukung oleh suatu strategi komunikasi yang efektif agar hal – hal yang disampaikan dalam rangka sosialisasi

pembinaan masyarakat ini dapat disampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Seperti yang telah dikemukakan pada fokus penelitian penulis, maka dalam penyusunan suatu strategi komunikasi, ada empat hal yang merupakan inti dalam penyusunan strategi komunikasi yakni :

1. Mengenal khalayak
2. Menyusun pesan
3. Menetapkan metode
4. Seleksi dan penggunaan media

Dengan menggunakan keempat hal tersebut diatas, maka kita dapat mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Lembaga Pemberdayaan Masyarakat dalam mensosialisasikan program pembinaan masyarakat.

Mengenal Khalayak

Sebelum menentukan strategi, kita harus mengetahui bahwa mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi seseorang komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa proses komunikasi khalayak sama sekali tidak pasif melainkan aktif dan bersifat heterogen sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan melainkan juga terjadi proses saling mempengaruhi oleh komunikan.

Dalam penyusunan strategi komunikasi “Program Pembinaan Masyarakat” Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung yang menjadi sasaran adalah seluruh warga masyarakat Kelurahan Loa Bakung khususnya yang belum mempunyai pekerjaan tetap dan wirausahaan, dan juga pemuda-pemudi yang ada di Kelurahan Loa Bakung Samarinda. Hal ini sesuai dengan keterangan Kepala Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Kulu Kota Samarinda.

Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung Samarinda dalam hal ini telah melaksanakan berbagai kegiatan untuk menunjang program Pemerintah Kota Samarinda dalam hal ini Program Pembinaan Masyarakat telah melakukan kegiatan sosialisasi serta workshop yang diselenggarakan untuk warga masyarakat Kelurahan Loa Bakung untuk berwirausaha. Selain itu, juga diadakan diskusi terbuka untuk pemuda-pemudi yang ada di Kelurahan Loa Bakung untuk merubah pola pikir kaum muda Kelurahan Loa Bakung agar mau terlibat dalam pembangunan, salah satunya menjaga dan memelihara sarana dan prasarana bersama.

Dalam hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa dalam prosesnya Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung

mengenal masyarakat Kelurahan Loa Bakung agar yang belum mempunyai pekerjaan tetap dapat memperbaiki taraf hidupnya dengan membuka wirausaha. Selain itu, juga mengajak kaum muda Kelurahan Loa Bakung agar mau berpartisipasi dalam pembangunan dengan cara menjaga dan memelihara sarana dan prasarana publik di Kelurahan Loa Bakung.

Padadarnya sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung dalam mengenal khalayak ataupun sasaran yang dituju dalam program pemerintah ini, sudah dapat dikatakan tepat sasaran dan berhasil.

Menyusun pesan

Pesan-pesan yang digunakan oleh Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung dari program ini pada prinsipnya sudah tepat namun belum menarik masyarakat Kelurahan Loa Bakung secara maksimal, hal ini terlihat dari keadaan lingkungan Kelurahan Loa Bakung yang masih terdapat sarana dan prasarana yang tidak terawat sehingga menimbulkan kerugian tersendiri bagi warga Loa Bakung, contohnya banjir yang terjadi setiap kali hujan deras akibat tergenangnya parit-parit yang ada di Kelurahan Loa Bakung.

Ada baiknya pesan yang disampaikan bukan hanya semata atau kewajiban, tetapi pesan juga berisi tentang manfaat yang diterima oleh warga masyarakat Kelurahan Loa Bakung, sehingga tidak merasa ragu untuk menerapkan apa yang didapatnya dari sosialisasi tersebut.

Menetapkan metode

Dari data diatas dikaitkan bahwa Lembaga Pemberdayaan Masyarakat dalam mensosialisasikan program pembinaan masyarakat menggunakan metode pengulangan atau *redudancy (repetition)*. Pesan – pesan yang terkait dengan Program pembinaan masyarakat di Kelurahan Loa Bakung disampaikan kepada masyarakat dan pemuda Kelurahan Loa Bakung secara berulang – ulang kali, dengan demikian diharapkan dapat mempengaruhi khalayak untuk dapat memperhatikan pesan yang disampaikan. Lembaga Pemberdayaan Masyarakat dalam proses sosialisasi bekerja sama dengan media penyiaran, baik media cetak bahkan media Teknologi Informatika (IT) untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Metode *Redudanc* ini bisa mempermudah pencapaian efektivitas komunikasi karena pesan – pesan yang disampaikan selalu diperhatikan oleh masyarakat dan kaum muda Kelurahan Loa Bakung sebagai khalayak sehingga perhatian khalayak akan sosialisasi ini lebih mudah untuk dipengaruhi.

Lembaga Pemberdayaan Masyarakat menggunakan metode ini pesan – pesan yang disampaikan dalam bentuk diskusi atau pertemuan – pertemuan kecil di Balai Petemuan Umum mengenai keluhan mereka selama program ini berjalan, serta bertemu langsung dengan pemerintah dalam menyampaikan program ini.

Seleksi dan Penggunaan Media

Dalam memilih media untuk mensosialisasikan Program Pembinaan Masyarakat, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung juga menggunakan media cetak dengan tujuan dalam menyampaikan pesan – pesan yang menyangkut Program Pembinaan Masyarakat bisa didengar oleh masyarakat Kelurahan Loa Bakung. Pemeliharaan media cetak sendiri dianggap tepat karena dapat mempengaruhi tingkah laku, menggugah dan menyentuh emosi pembacanya dan tidak mengikat khalayaknya dalam penerapannya, sehingga media cetak relatif lebih mampu membawakan materi – materi yang panjang dan masalah– masalah yang kompleks, media cetak memberikan kesempatan kepada pembacanya untuk membaca ulang- ulang pemberitaan yang disajikan.

Penelitian ini menggunakan teori Laswell dan disonansi kognitif. Teori Laswell telah dijelaskan dalam strategi komunikasi yang digunakan oleh Lembaga Pemberdayaan Masyarakat dalam mensosialisasikan program Pembinaan Masyarakat. Teori Disonansi Kognitif merupakan suatu proses mengubah keyakinan dan perilaku sikap atas pesan yang telah disampaikan. Teori ini merangkum empat asumsi yaitu:

1. Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap, dan perilakunya.
2. Disonansi diciptakan oleh inkonsistensi psikologis
3. Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan – tindakan dengan dampak yang dapat diukur.
4. Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi.

Ada beberapa faktor yang dapat dirasakan oleh seseorang berdasarkan teori disonansi. Pertama, tingkat kepentingan (importance), atau seberapa signifikan suatu masalah, berpengaruh terhadap tingkat disonansi yang dirasakan. Kedua, rasio disonansi yaitu faktor dalam menentukan tingkat disonansi, merupakan jumlah kognisi konsonan berbanding dengan yang disonan. Ketiga rasionalitas yang digunakan individu untuk menjustifikasi inkonsistensi. Rasionalitas merujuk kepada alasan yang dikemukakan untuk menjelaskan mengapa sebuah inkonsistensi muncul.

Komunikasi persuasif akan sangat efektif, apabila mengurangi disonansi, dan tidak efektif jika meningkatkan disonansi. Maksudnya disini teori Disonansi kognitif berkaitan dengan pemilihan terpaan, pemilihan interpretasi, pemilihan perhatian, dan retensi selektif.

Faktor Pendukung dalam Mensosialisasikan Program LPM di Kelurahan Loa Bakung

Faktor pendukung berdasarkan hasil penelitian, karena adanya dukungan daritokoh masyarakat, serta dukungan dari pemerintah pusat. Maka, proses sosialisasi Program Pembinaan Masyarakat akan lebih cepat sampai kepada masyarakat Kelurahan Loa Bakung, karena sosialisasi ini tokoh masyarakat dan para pejabat mempunyai andil serta peran yang sangat guna mencapai program tersebut.

Faktor Penghambatnya dalam Mensosialisasikan Program Pemberdayaan Masyarakat.

Tidak semuanya komunikasi berlangsung secara mulus dan efektif dan tanpa rintangan, tetapi terdapat batas seperti : Hambatan yang paling klasik dihadapi dalam mensosialisasikan ini adalah masih banyaknya sebagian masyarakat kita sebelum sadar bahwa program ini sangat membantu mereka dalam meningkatkan taraf hidup mereka dan kelangsungan sarana dan prasarana yang akan membuat keadaan kediaman mereka lebih nyaman untuk dihuni. Serta tingginya sifat hedonisme yang ada di daerah perkotaan yang menyebabkan susahny dalam menyukseskan program pembinaan masyarakat ini.

Kesimpulan

Dari data hasil penelitian yang telah digambarkan dalam bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penyusunan strategi komunikasi Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung yang menjadi khalayak adalah seluruh masyarakat Kelurahan Loa Bakung khususnya masyarakat yang belum mempunyai pekerjaan tetap atau wirausaha dan juga pemuda-pemudi yang mempunyai potensi untuk menjaga sarana dan prasarana yang ada di Kelurahan Loa Bakung.
2. Dalam penyusunan pesan menyosialisasikan Program Pembinaan Masyarakat, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat menggunakan penyajian pesan yang bersifat sepihak atau *one side isse*. Dalam hal ini pesan – pesan yang disampaikan mengenai program pembinaan

masyarakat yaitu pentingnya program ini bagi keluarga kurang mampu karena belum mempunyai pekerjaan tetap atau wirausaha serta tujuan dari program pembinaan ini dilaksanakan yaitu bagaimana pentingnya peran serta masyarakat Kelurahan Loa Bakung dalam bersama-sama membangun lingkungan Kelurahan Loa Bakung salah satunya dari hal sarana dan prasarana.

3. Dalam menyosialisasikan program Pembinaan Masyarakat, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung menggunakan metode pengulangan atau *redundancy (repetition)*. Pesan – pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat mempengaruhi khalayak untuk dapat memperhatikan pesan yang disampaikan.
4. Dalam memilih media untuk menyosialisasikan program Pembinaan masyarakat, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat menggunakan media cetak dalam menyampaikan hal–hal yang menyangkut program ini. Hal ini dilakukan karena media cetak ini mudah diperoleh masyarakat dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat lebih cenderung menggunakan media cetak dan elektronik agar tujuan dari sosialisasi akan lebih mudah dicapai karena sosialisasi melalui media cetak/ elektronik mudah sampai ke masyarakat.
5. Dalam sosialisasi ini ada beberapa hal yang menjadi faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung tidak lain berasal dari dukungan beberapa tokoh masyarakat setempat, serta dukungan dari pemerintah pusat yang memang memiliki peranan penting dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sementara dari segi penghambatnya yaitu banyaknya masyarakat yang masih bersifat hedonis sehingga tidak acuh terhadap program pembinaan masyarakat ini. Hambatan lainnya terletak pada komunikasi yang masih terlalu bersifat formal sehingga sebagian kalangan dapat merespon dengan baik.
6. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung Samarinda dalam mensosialisasikan Program Pengembangan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung sudah tepat. Dan program yang dilakukan oleh LPM memberikan kontribusi yang sangat baik bagi masyarakat kelurahan Loa Bakung, khususnya bagi mereka yang mengalami kendala ekonomi dan pendidikan.

Saran

1. Dalam menyusun strategi komunikasi sebaiknya Lembaga Pemberdayaan Masyarakat masih perlu perbaikan-perbaikan melihat sistem atau pesan-pesan yang disampaikan kurang menyentuh masyarakat Kelurahan Loa

- Bakung. Hal ini dapat kita lihat bahwa masih banyaknya sarana dan prasarana yang ada di Kelurahan Loa Bakung yang tidak terawat.
2. Pemasangan Spanduk atau banner, yang berisi slogan Program Pembinaan Masyarakat sebaiknya diperbanyak dan dipasang di setiap sudut Kelurahan Loa Bakung agar lebih familiar di masyarakat khususnya masyarakat Kelurahan Loa Bakung.
 3. Dalam menggunakan metode sebaiknya selain metode pengulangan berupa pensosialisasian melalui media elektronik maupun cetak yang dipergunakan, ada baiknya Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Loa Bakung lebih kreatif dan inovatif dengan mengunjungi atau mengadakan sosialisasi lebih intensif, sehingga dapat mendorong minat masyarakat untuk mengikuti program pembinaan masyarakat di Kelurahan Loa Bakung tersebut.
 4. Mengenai penelitian ini hendaknya LPM dalam menjalankan programnya, tetap konsisten karena mengingat program yang dilakukan LPM dalam jangka panjang yang notabene dampaknya dirasakan langsung oleh masyarakat dalam bidang pembinaan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Anonim, Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 *Tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional*
- Keputusan Presiden Nomor 49 Tahun 2001 *Tentang Lembaga Ketahanan Masyarakat Desa.*
- Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 11 Tahun 2004 *Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Pemberdayaan Masyarakat.*
- Wheelen, Hunger, 2003. *Strategic Management And Business Policy.* Addison Wesley.
- Arifin, Noor, 2007. *Ilmu Sosial Dasar*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Hardjana, Agus M. 2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal.* Kanisius. Yogyakarta.
- Effendy Onong Uchjana, Ilmu, 1993. *Teori dan Filsafat Komunikasibandung*: penerbit PT. Citra Aditya Bakti.
- Mulyana Deddy, 2001. *Metodologi Penelitian komunikasi*, Bandung: penerbit, PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong Lexy J., 2008. *Metode penelitian kualitatif*, Bandung: penerbit, PT. Remaja Rosdakarya.
- Narbuko Cholid. Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: penerbit PT. Bumi Aksara
- Jefkins, Frank. Maharani, Nurcahyo, (Ed) 2004. *Public relation* Penerbit Erlangga.

- Hardjono, Mangun, 1986. *Pembinaan Arti dan Metodenya*. Yayasan Kanisius, Jogjakarta.
- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Revika Aditama. Bandung.
- Hendropuspito, 1989. *Sosiologi Sistemika*. Kanisius (IKAPI), Yogyakarta.
- Komsiah, Siti, 2008. *Pengantar Sosiologi*, Pusat Pengembangan Bahan Ajar UMB, Jakarta.
- Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki, 2005. *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Liliweri, Alo, 2004. *Wacana Komunikasi Organisasi*, Mandar Maju, Bandung.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Miles, B, Matthew dan A, Michael Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, UIPress, Jakarta.
- Moleong, J. Lexy, 2001. *Metodeologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Jakarta.
- Muhammad. Arni. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Muluk, Khairul, 2007. *Menggugat Partisipasi Publik Dalam Pemerintah Daerah Sebuah Kajian Dengan Pendekatan Berfikir Sistem*, Bayumedia Publishing. Malang.
- Purwadarminta, 1982. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. PN Balai Pustaka, Jakarta.
- Rakhmad, Jalaluddin, 1989. *Metode Penelitian Komunikasi*, Rosdakarya, Jakarta.
- Siagian, Sondang, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, S, 1998. *Metodolologi Penelitian Survei*, LP3KS, Jakarta.
- Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Angkasa, Bandung.
- Umar, Husein, 1998. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, PT Gramedia. Jakarta.

Sumber Lain

Google, Strategi Komunikasi Menyusun Pesan

<http://www.google.com/search/arifin>

(1998) [strategikomunikasimenyusunpesan](http://www.google.com/search/arifin), (diakses 30 Januari 2013).

Wikipedia, Sosialisasi

<http://id.wikipedia.org/search/sosialisasi>, (diakses 20 Maret 2011).