

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM SOSIALISASI PROGRAM PENGHIJAUAN DAN PENANAMAN POHON OLEH UPT BALAI PENGELOLAAN DAERAH ALIRAN SUNGAI MAHAKAM BERAU SAMARINDA DI KOTA SAMARINDA

Aulia Rahman¹

Abstrak

Artikel ini untuk menggambarkan Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program Penghijauan dan Penanaman Pohon di Samarinda oleh UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa Strategi Komunikasi pada sebuah Instansi pemerintah dalam hal ini Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda, dikarenakan fungsi dari Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda sebagai lembaga pemerintah yang bertugas Menyukkseskan program-program penghijauan dan pelestarian lingkungan di Kalimantan Timur. Objek penelitian adalah divisi Seksi Kelembagaan pada Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda, data yang dikumpulkan adalah, data primer dengan cara melakukan wawancara dengan beberapa pihak yang terkait untuk menggali informasi yang relevan dan observasi atau pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti.dalam hal ini peneliti akan langsung terjun kelapangan dan mengikuti kegiatan Public Relations Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda, data sekunder didapat dari Penelitian Kepustakaan (Library Research) yaitu penelitian yang meliputi kegiatan yang mempelajari landasan teoritis Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa strategi kominikasi pada Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda dapat dikatakan cukup berhasil .

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Program Penghijauan dan Penanaman Pohon*

Pendahuluan

Bangsa Indonesia dikaruniai dan mendapatkan amanah dari Tuhan Yang Maha Esa dengan kekayaan alam berupa hutan yang tidak ternilai harganya, oleh karena itu,hutan harus diurus dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya berdasarkan akhlakmulia, sebagai ibadah dan perwujudan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa.

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda. Email: aulia.0905@yahoo.co.id

Berdasarkan data Statistik Kehutanan Indonesia disebutkan bahwa laju kerusakan hutan/deforestasi hasil interpretasi citra SPOT Vegetation dalam kurun waktu 5 Tahun rata-rata sebesar 1,08 juta ha per tahun. Kerusakan sumberdaya hutan yang terjadi saat ini tidak saja pada hutan produksi, tetapi secara signifikan telah menyentuh pada hutan lindung dan hutan konservasi. Hasil interpretasi citra satelit Landsat 7 ETM+, kondisi penutupan lahan pada kawasan hutan sebesar 64% atau seluas 85,96 juta ha berupa areal berhutan, sebesar 29% atau 39,09 juta ha berupa areal tidak berhutan, dan 7% tidak teridentifikasi (Renstra RLPS 2010-2014).

Menjadi Instansi yang ditunjuk sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah dalam mengelola Penghijauan Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau memikul tanggung untuk membangun kesadaran masyarakat untuk melakukan penghijauan.

Sosialisasi yang baik merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan agar Instansi Pemerintah dapat menerapkan kebijakan pemerintah kepada masyarakat, demikian halnya dengan Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau sebagai salah satu Instansi Pemerintah. Oleh karena itu peranan Strategi Komunikasi dalam hal ini Seksi Kelembagaan DAS sebagai seksi yang menangani masalah penanaman pohon dan penghijauan lingkungan sangatlah berpengaruh pada keberhasilan Instansi dalam memberikan pelayanan kepada

Dengan melihat uraian diatas maka penulis menekankan dan meneliti lebih lanjut mengenai masalah tersebut secara ilmiah melalui skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program Penghijauan dan Penanaman Pohon oleh UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda di Kota Samarinda".

Kerangka Dasar Teori

Teori dan Konsep

Dalam rangka untuk memperjelas makna dan tujuan dari penelitian ini, perlu dijelaskan pengertian dari teori itu sendiri sekaligus beberapa teori komunikasi yang berhubungan langsung dengan penelitian ini. Wilbur Schramm dalam buku "*introduction to Mass Communication Research*" (Nafziger & White, 1972 : 10) Mendefinisikan teori sebagai : *A set of related statements, at a high level of abstraction, from which propositions can be generated that are testable by scientific measurements and on the basis of which predictions can be made about behavior.* " Suatu perangkat pernyataan yang saling berkaitan, pada abstraksi yang dapat diuji secara ilmiah, dan pada landasannya dapat dilakukan prediksi mengenai perilaku. Dari definisi tersebut menjelaskan bahwa teori adalah hasil telaah dengan metode yang ilmiah.

Dalam penelitian ini untuk mendukung berjalannya kegiatan penelitian menjadi lebih terarah dan fokus dalam mencapai target yang diinginkan, penulis dalam hal ini menggunakan teori S-M-C-R yang merupakan singkatan dari *Source- Message- Channel- Receiver*. *Source* adalah yang menjadi sumber pesan

atau lebih sering disebut dengan komunikator, *Massege* adalah pesan, *Channel* yang berarti saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, *Receiver* yang berarti penerima pesan atau yang biasa disebut Komunikan. Bungin (2007:31) ketika sebuah masalah penelitian telah ditemukan, maka peneliti mencoba membahas masalah penelitian tersebut dengan teori-teori yang dipilihnya. Model deduktif dalam format deskriptif kualitatif akan sangat membantu peneliti tidak saja saat menemukan masalah, tetapi juga untuk membangun hipotesis, menyusun kerangka metodologis, menganalisis data maupun pembahasan hasil penelitian, bahwa teori ini akan dibahas untuk dikritik atau disempurnakan.

2.1.1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Dalam Manajemen strategi terdapat tiga proses fungsional yaitu :

1. Pembuatan strategi yang mencakupi pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari faktor eksternal serta kelemahan dan kekuatan bersumber dari faktor internal, dan tentukan manajemen strategi yang tepat.
2. Penerapan strategi yang mencakupi sasaran atau obyektif perusahaan, kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya dan potensi yang ada dalam perusahaan.
3. Memfokuskan pada penyatuan dan pengintegrasian aspek-aspek pemasaran, promosi, publikasi, riset dan pengembangan, investasi operasional produksi serta tujuan bersama yang hendak dicapai oleh organisasi atau perusahaan.

2.1.1.1 Pengantar Manajemen Strategi

Tahapan fungsi-fungsi manajemen, tahap pertama adalah menetapkan tujuan (objektif) yang hendak diraih, posisi tertentu atau dimensi yang ingin dicapai sesuai dengan perencanaan (*statement of organization destination*) yang telah diperhitungkan dengan baik oleh pihak-pihak yang terlibat dalam manajemen suatu organisasi bersangkutan.

Strategi “Apa dan Bagaimana?” yang digunakan dalam perencanaan untuk mencapai suatu tujuan organisasi / lembaga. Kemudian, program kerja (*action plan*) yang merupakan suatu strategi yang “dijabarkan“ dalam langkah-langkah yang telah dijadwalkan (direncanakan semula). Terakhir, yang paling menentukan adalah unsur anggaran (*budget*) yang sudah dipersiapkan, yang merupakan “dana dan daya”, berfungsi sebagai pendukung khusus yang dialokasikan untuk terlaksananya suatu strategi program kerja manajemen *Public Relations*.

2.1.1.2 Manfaat Manajemen Strategi

Menurut Agustinus Sri Wahyudi (1996:19), manfaat yang dapat diperoleh oleh organisasi dalam menerapkan manajemen strategi secara garis besarnya yaitu

1. Memberikan arah dan tujuan yang jelas dalam jangka panjang.
2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan yang akan terjadi.
3. Menciptakan suatu operasional dan fungsional manajemen perusahaan akan lebih efektif dan efisiensi dalam menghadapi persaingan.
4. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko tinggi.
5. Aktivitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya berbagai masalah.
6. Keterikatan karyawan dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi dalam tahap-tahap pelaksanaannya.

Aktivitas yang saling tumpang tindih antar unit atau divisi dapat dihindarkan.

2.1.2. Strategi Komunikasi

Strategi menurut Pius A Partanto dan Dahlan (2001:97) adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, , dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Menurut Effendy (2007:32) yang menyatakan bahwa “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai sebuah tujuan. Akan tetapi, untuk mnecapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya”.

Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell dalam Sumadi Dilla (2007:29) “*Who says what in wich channel to whom with what effect*”, dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur komunikasi terdiri dari : komunikator (*source*); pesan (*message*); saluran (*channel*); komunikan atau khalayak (*audience. Receiver*); dan efek (*effect*)

2.1.2.1 Tinjauan Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip.

Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

“Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi”. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner:

“Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komnikate)”. (Carl I. Hovland: Dikutip dari, Mawar, TA-2007)

2.1.2.2 Pengantar Strategi

Kata strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan atau daya juang. Artinya menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun dari luar.

Strategi membenarkan perusahaan atau organisasi melakukan tindakan pahit seperti amputasi (pengurangan unit usaha, dirumahnya karyawan, pemangkasan, dll). Sepanjang hal itu dilakukan demi kehidupan perusahaan atau organisasi dalam jangka panjang. Oleh karenanya sebagai seorang praktisi *Public Relations* pemahaman akan perusahaan sangat diperlukan.

Dalam sebuah perusahaan atau kapal yang tengah berlayar, dimana lokasi perusahaan ini berada tidak banyak yang tahu, strategi memulai pekerjaannya dengan mencari tahu dimana lokasi perusahaan atau organisasi itu berada pada hari ini dengan menyatukan mimpi-mimpi perusahaan dalam suatu kesepakatan bersama. Misi tersebut dalam istilah strategi disebut *mission*.

2.1.2.3 Pengantar Strategi Komunikasi

Sebuah organisasi dapat menjadi efektif apabila memiliki kerangkakonsep dalam suatu yang strategis. Strategi merupakan salah satu cara untuk membantu organisasi untuk beradaptasi terhadap lingkungan dari perubahan yang terjadi. Efek positif yang dapat ditimbulkan dengan adanya sebuah strategi adalah membantu organisasi membangun kekuatan dan mengambil keuntungan dari peluang penting.

Dikalangan militer terdapat ungkapan yang berbunyi “*To win the war, not to win battle*” yang kita terjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti “menangkan perang bukan menangkan pertempuran”.

Pentingnya strategi adalah untuk memenangkan perang sedangkan pentingnya taktik adalah untuk memenangkan pertempuran. Demikian dalam komunikasi, lebih-lebih komunikasi yang dilancarkan suatu organisasi.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan mengenai (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tetapi untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan hanya sebagai penunjuk bagaimana teknik operasionalnya.

Demikian pula strategi komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication manajemen*) untuk mencapai suatu tujuan tersebut. Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approveli*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Menurut **Pace, Peresson dan Burennett**, tujuan strategi komunikasi tersebut sebagai berikut :

a. *To secure understanding*

Untuk memastikan bahwa terjadi sesuatu pengertian dalam berkomunikasi.

b. *To establish acceptance*

Bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.

c. *To motivative action*

Penggiatan untuk motivasi.

d. *The goals which the communication sought to achieve*

Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak

2.1.2.4 Manajemen Strategi Komunikasi

Manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Dalam Manajemen strategi terdapat tiga proses fungsional yaitu :

1. Pembuatan strategi yang mencakup pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari faktor eksternal serta kelemahan dan kekuatan bersumber dari faktor internal, dan tentukan manajemen strategi yang tepat.
2. Penerapan strategi yang mencakup sasaran atau obyektif perusahaan, kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya dan potensi yang ada dalam perusahaan.
3. Memfokuskan pada penyatuan dan pengintegrasian aspek-aspek pemasaran, promosi, publikasi, riset dan pengembangan, investasi operasional produksi serta tujuan bersama yang hendak dicapai oleh organisasi atau perusahaan.

2.1.2.5 Strategi Operasional Humas

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa untuk mengkokohkan dan memantapkan fungsi Kehumasan agar mengenai sasarannya dalam suatu tujuan organisasi atau lembaga, maka aktifitas utama Humas secara operasional seharusnya berada di posisi yang sedekat mungkin dengan pimpinan puncak organisasi (*top management*), dan diharapkan kegiatan Humas tersebut akan tercapai, sebagai berikut:

1. Dengan posisi Humas yang dekat dengan pimpinan tertinggi tersebut akan lebih mengetahui secara jelas dan rinci mengenai suatu sistem terpadu mengenai pola perencanaan agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian pesan dan informasi yang berasal dari lembaga/organisasi kepada publiknya.

2. Agar aktifitas Humas dalam mewakili lembaga/organisasi tersebut dapat dipertegas tentang batas-batas wewenang dan tanggung jawab dalam memberikan keterangan. Kemudian kegiatan Humas akan selalu mengetahui secara jelas apa dan bagaimana segi pelaksanaan dari keputusan atau kebijaksanaan pimpinan organisasi tersebut.
3. Menghadiri setiap rapat atau pertemuan pada tingkat pimpinan agar dapat mengetahui perencanaan, kebijaksanaan, arah dan tujuan organisasi yang hendak dicapai baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
4. Berhubungan secara langsung dengan pimpinan puncak sehingga fungsi kehumasan berlangsung secara optimal.
5. Dalam menjalankan fungsi kehumasan secara proaktif dan bertindak dinamis serta fleksibel
6. Sebagai pembantu pimpinan puncak, maka Humas berperan melakukan tindakan mulai dari memonitor, merekam, menganalisis, menelaah hingga mengevaluasi setiap reaksi, khususnya dalam upaya penilaian sikap, tindak serta mengetahui persepsi masyarakat.
7. Memberikan ide dan rencana atau program kerja kehumasan dalam rangka untuk memperbaiki citra perusahaan terhadap publiknya.

2.1.2.6 Strategi Perencanaan Isi Pesan

Dalam menyusun isi pesan, syarat utama yang harus dilakukan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan AA Procedure atau from Attention to Action Procedure. Artinya membangkitkan perhatian (Attention) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau banyak orang melakukan kegiatan (Action) sesuai dengan tujuan yang dirumuskan.

”Selain AA Procedure dikenakan juga rumus klasik AIDDA sebagai adoption. Proses, yaitu Attention, Interest, Desire Decision dan Action. Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (Attention), kemudian menambahkan minat dan kepentingan (interest), sehingga khalayak memiliki hasrat (Desire) untuk menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator dan pada akhirnya diambil keputusan (Decision) untuk mengamalkannya dalam tindakan (Action).” (Arifin, 1984 : 68).

Dalam melakukan proses tersebut, perhatian dari pendengar atau khalayak sangat diperlukan sehingga dapat tercapai efektivitas komunikasi, karena pesan komunikasi yang tidak mendapat perhatian tidak akan menciptakan efektivitas.

Wilbur Schramm (1995) mengajukan syarat-syarat berhasilnya pesan tersebut sebagai berikut :

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pertemuan itu bertemu. Pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.

- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

2.1.1.7 Sosialisasi

Sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami dan dihayati oleh masyarakat (KKBI, 2005:108). Komunikasi merupakan sarana sosialisasi baik didalam keluarga, kelompok sosial, maupun bangsa. Dalam melaksanakan sosialisasi komunikasi yang dilakukan dengan menyebarkan pesan, menanamkan keyakinan sehingga masyarakat tidak hanya sadar, tahu, dan mengerti, tetapi juga mau melakukan sesuatu yang dianjurkan yang dikehendaki oleh komunikator

2.1.3 Kebijakan Prioritas Bidang Kehutanan

Sesuai dengan Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor : P.70/Menhut-II/2009 tentang 8 (Delapan) Kebijakan Prioritas Bidang Kehutanan dalam Program Pembangunan Nasional Kabinet Indonesia Bersatu II, Menteri Kehutanan Republik Indonesia menetapkan 8 (Delapan) Kebijakan Prioritas Bidang Kehutanan yaitu :

1. Pemantapan Kawasan Hutan.
2. Rehabilitasi Hutan dan Peningkatan Daya Dukung DAS
3. Pengamanan Hutan dan Pengendalian Kebakaran Hutan.
4. Konservasi Keanekaragaman Hayati.
5. Revitalisasi Pemanfaatan Hutan dan Industri Kehutanan.
6. Pemberdayaan Masyarakat di Sekitar Hutan.
7. Mitigasi dan Adaptasi Perubahan Iklim Sektor Kehutanan.
8. Penguatan Kelembagaan Kehutanan.

Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau berperan mengamalkan kebijakan prioritas Kementerian Kehutanan dalam bidang Rehabilitasi Hutan dan Peningkatan Daya Dukung Daerah Aliran Sungai (DAS); Pemberdayaan Masyarakat di Sekitar Hutan serta Penguatan Kelembagaan Kehutanan. Untuk mendukung kebijakan prioritas Kementerian Kehutanan maka Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau melaksanakan Kegiatan :

1. Rehabilitasi Kawasan Konservasi termasuk Hutan Mangrove
2. Terbangunnya Hutan Kemasyarakatan (HKm)
3. Terbangunnya Hutan Rakyat Kemitraan
4. Terbangunnya Sumber Benih Baru (Persemaian Permanen)
5. Terbangunnya Hutan Desa
6. Rencana Pengelolaan DAS Terpadu pada DAS Prioritas
7. Terbangunnya Kebun Bibit Rakyat
8. Sentra HHBK Unggulan terbentuk dan beroperasi

2.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pembatas pengertian tentang suatu konsep atau pengertian yang merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Sehubungan dengan itu maka peneliti akan merumuskan konsep yang berhubungan dengan penelitian ini, Berangkat dari pemahaman definisi komunikasi Laswell dalam Sumadi Dilla (2007:29) “*Who says what in wich channel to whom with what effect*”, dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur komunikasi terdiri dari : komunikator (*source*); pesan (*message*); saluran (*channel*); komunikan atau khalayak (*audience. Receiver*); dan efek (*effect*). Berdasarkan perspektif teori Laswell, secara umum dapat dikemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi yang dilakukan bagi terjadinya perubahan, yakni:

1. Kepercayaan dan Daya tarik Komunikator (*Source*)
2. Pesan (*Message*)
3. Saluran (*Channel*)
4. Khalayak (*Audience*)

Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan mempergunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, di mana data digambarkan secara obyektif berdasarkan data atau fakta yang ditemukan, yaitu mengenai manajemen eksternal Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda dalam melakukan Sosialisasi kepada masyarakat serta apa yang menjadi penunjang dan penghambat dalam kegiatan tersebut.

3.2 Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini adalah :

1. Kepercayaan dan Daya tarik Komunikator (*Source*)
2. Pesan (*Message*)
3. Saluran (*Channel*)
4. Khalayak (*Audience*)
5. Efek (*effect*)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah

1. Data Primer : Data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian yaitu dengan melakukan wawancara untuk menggali informasi yang relevan
 - a. Key informan Kepala Seksi Kelembagaan BPDAS Mahakam Berau
 - b. Informan Staf Seksi Kelembagaan dan Koordinator Petugas lapangan
 - c. Informan Lainnya yaitu masyarakat dan ketua Kelompok Tani

2.Data Sekunder : Peneliti memperoleh data baik melalui buku-buku atau literature

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

a. Penelitian serta pengamatan langsung di lapangan (*Field Research*) yaitu Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda yang terdiri atas beberapa cara :

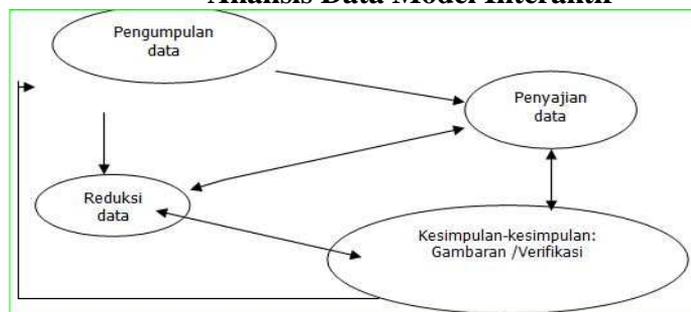
1. Wawancara
2. Observasi.

b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian dilaksanakan. Data diperoleh, kemudian dikumpulkan untuk diolah secara sistematis. Dimulai dari wawancara, observasi, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi, selanjutnya aktivitas penyajian data serta menyimpulkan data. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif

Analisis Data Model Interaktif



Sumber :Miles dan Huberman

1. Reduksi Data

Dari lokasi penelitian, data lapangan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terinci. Data dan laporan lapangan kemudian direduksi, dirangkum, dan kemudian dipilah-pilah hal yang pokok, difokuskan untuk dipilih yang terpenting kemudian dicari tema atau polanya

2. Penyajian Data

Penyajian data (*display data*) dimaksudkan agar lebih mempermudah bagi peneliti untuk dapat melihat gambaran secara keseluruhan atau bagianbagian tertentu dari data penelitian. Hal ini merupakan pengorganisasian data kedalam suatu bentuk tertentu sehingga kelihatan jelas sosoknya lebih utuh.

3. Penarikan Kesimpulan / Verifikasi

Pada penelitian kualitatif, verifikasi data dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian dilakukan. Sejak pertama memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1. Kepercayaan dan Data Tarik Komunikator (*Source*)

Pada Penelitian ini UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda adalah komunikator yang dapat dijadikan *Source* karena memang berisikan komunikator atau orator yang memang pakar dalam bidangnya, sehingga oleh karena seorang ahli, maka dapat dipercaya oleh komunikan, disisi lain kredibilitas UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda sebagai Instansi Pemerintah yang menjadi perpanjangan tangan Kementerian Kehutanan sangat dapat dipertanggung jawabkan sebagai komunikan yang memiliki *expertise* (keahlian)

4.2.2. Pesan (*Message*)

Pesan yang disampaikan oleh UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda sebagai Instansi Pemerintah yang menjadi perpanjangan tangan Kementerian Kehutanan adalah ajakan, dan himbauan agar masyarakat Kota Samarinda terbangun kesadarannya untuk menjaga kelestarian alam dengan cara melakukan penghijauan dan penanaman pohon

4.2.3. Saluran (*Channel*)

Strategi yang dilakukan yaitu dengan membangun komunikasi melalui seminar/penyuluhan langsung kepada Kelompok Tani yang ada di Samarinda, Baliho, Pamflet, Radio, Televisi koran dan Internet, Lagu/Mars serta event-event khusus.

4.2.4. Khalayak (*Audience*)

Secara umum khalayak yang dimaksud dalam kajian ini adalah seluruh masyarakat Kota Samarinda baik penduduk pribumi maupun pendatang yang mendiami Kota Samarinda tanpa membedakan agama jenis, suku, jenis kelamin, keyakinan politik, pendapatan dan lain sebagainya. Berhasil atau tidaknya proses sosialisasi sangat bergantung pada kesadaran masyarakat Kota Samarinda sebagai Khalayak yang dijadikan obyek dari sosialisasi penanaman pohon dan penghijauan lingkungan yang dilakukan oleh UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda

4.2.5. Efek (*Effect*)

Komunikator umumnya mengharapkan tanggapan positif tentang *message* dari komunikan untuk mencapai saling pengertian dan terbinanya kerjasama yang positif yang menguntungkan kedua belah pihak dalam proses komunikasi yang diselenggarakan. Begitupula harapan dari UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda, menurut penelitian, data yang didapatkan dan fakta dilapangan sosialisasi yang dilakukan oleh UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda dapat dikatakan cukup berhasil walaupun masih ada beberapa hambatan yang menjadikan beberapa program dari UPT Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Pembahasan

Pesan yang disampaikan oleh Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda dalam penyuluhan dan informasi yang diberikan oleh

petugas kepada masyarakat lewat Seminar, Famlet, Internet, radio dan koran yaitu penyampaian pesan serta pemahaman yang dapat dimengerti oleh masyarakat secara jelas tentang pelaksanaan Program penghijauan dan penanaman pohon di Samarinda. Sehingga masyarakat yang melihat isi pesan secara langsung lewat baliho, spanduk dan lain-lain dapat lebih paham serta mengerti akan kewajibannya. Berdasarkan penelitian dan hasil wawancara, bahwa untuk pesan yang disampaikan ke masyarakat lewat berbagai macam penyuluhan ataupun informasi dapat dikatakan cukup efektif untuk paling tidak membangun kesadaran dan mengingatkan akan pentingnya kelestarian lingkungan walaupun dalam prakteknya masih ada saja masyarakat yang kurang menyadari pentingnya pohon bagi kehidupan manusia dan alam sekitarnya, pemahaman masyarakat harus dibangun, artinya masyarakat harus di beri penjelasan mengapa mereka harus menanam, apa fungsi dari penanaman yang mereka lakukan, sehingga masyarakat tidak menelan mentah-mentah program yang di canangkan oleh Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda.

Efektivitas media ataupun prasarana yang di miliki oleh Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda sebenarnya cukup memadai, ditambah dengan peran serta media lokal seperti TVRI Tepian Chanel dan lain lain ,diharapkan mampu menjadi sarana komunikasi Pemerintah kepada masyarakat, prasarana yang dimiliki oleh Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda untuk melakukan sosialisasi juga menurut penelitian yang kami lakukan sudah cukup mendukung seperti memanfaatkan spanduk, penyuluhan, baliho, koran, televisi, Internet serta radio dan lainnya. masyarakat secara langsung ataupun tidak langsung dibangun kesadarannya akan pentingnya pohon bagi kelestarian lingkungan akan tetapi yang harus diperhatikan dari sosialisasi ini bukan hanya pada tahapan menanam saja, harus ada sosialisasi lanjutan dari penanaman itu sendiri yaitu pemeliharaan, jangan sampai masyarakat memahami bahwa dengan menanam saja tugas mereka dalam pelestarian lingkungan selesai, tanpa tahu bagaimana kelanjutan dari pohon-pohon yang mereka tanam.

Keberadaan petugas penyuluh lapangan seperti Petugas Kebun Bibit Rakyat dan Petugas Rehabilitasi Lahan sebagai ujung tombak sosialisasi secara langsung kepada masyarakat yang dimiliki oleh Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda menurut penelitian juga mampu melakukan tugasnya dengan cukup baik sebagai fasilitator bagi para Kelompok Tani dan Masyarakat dalam menyukseskan program penghijauan di Samarinda dan yang terpenting dari keberadaan para penyuluh ini adalah keberlanjutan dari penyuluhan yang mereka lakukan, setiap daerah yang telah didatangi harus di evaluasi kembali, jadi tugas mereka tidak hanya sampai melakukan penyuluhan untuk penanaman pohon saja, akan tetapi harus dilakukan pemantauan dan bimbingan teknis terhadap masyarakat agar tanaman yang ditanam dapat tumbuh dengan baik.

Strategi adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam suatu organisasi. Oleh sebab itu penting untuk memastikan bahwa strategi tersebut dimengerti oleh pekerja untuk mengaplikasikannya

kepada masyarakat, hal ini berhubungan erat dengan hubungan yang terjalin antara atasan dan bawahan, artinya jika seorang bawahan tidak memahami dan mengerti apa yang diinginkan atasan lewat pesan tersebut, maka tingkat keseringan salah persepsi akan semakin meningkat. Akibatnya efisiensi kerja karyawan akan banyak berkurang. Pekerja merupakan satu yang rentan terhadap pengaruh dari komunikasi horizontal antar karyawan, jika organisasi tidak bisa mengantisipasi pengaruh ini maka jika terdapat kelojoran dari satu unit kelompok kerja maka unit kelompok lain akan terpengaruh. Pada akhirnya tingkat kerja karyawan akan semakin menurun diikuti turunnya produktivitas kerja. Sama halnya dengan program yang di sosialisasikan oleh , Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda haruslah dapat dimengerti dengan baik oleh masyarakat, sehingga dalam pelaksanaannya masyarakat tidak hanya sekedar di ajak melakukan penanaman pohon dan penghijauan saja tanpa mengerti maksud dan arat tujuan dari program yang dilaksanakan oleh pemerintah atau dalah hal ini Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda

Sebuah organisasi dapat menjadi efektif apabila memiliki kerangka konsep dalam suatu yang strategis. Strategi merupakan salah satu cara untuk membantu organisasi untuk beradaptasi terhadap lingkungan dari perubahan yang terjadi. efek positif yang dapat ditimbulkan dengan adanya sebuah strategi adalah membantu organisasi membangun kekuatan dan mengambil keuntungan dari peluang penting. sehingga penting bagi Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda untuk memiliki kerangka konsep sehingga setiap pekerjaan yang dilakukan tidak terkesan mengalir dan mengikuti keadaan saja, setiap kemungkinan haruslah dapat diantisipasi dan setiap kejadian haruslah dapat dipetakan sehingga semua berjalan berdasarkan alur konsep yang telah di susun oleh Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda agar didapat hasil yang maksimal dan terbaik, kemudian jika kita kaji lebih jauh menggunakan Rumus Lasswell yang mengandung banyak pertautan yang selanjutnya juga mempunyai teori-teori tersendiri. Sebagai contoh "*persuasion*" yang merupakan kegiatan komunikasi yang mengharapkan "*behavior change*" meliputi berbagai teknik. Jika kita sudah tahu sifat-sifat komunikasi, dan tahu pula efek apa yang kita kehendaki dari mereka, memilih cara mana yang kita ambil untuk berkomunikasi sangatlah penting, karena ini ada kaitannya dengan media yang harus kita gunakan.

Selanjutnya dari penelitian yang kami lakukan pada Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda ada beberapa faktor yang dianggap menghambat proses sosialisasi Program Penghijauan dan Penanaman Pohon di Samarinda, faktor penghambat dalam proses sosialisasi akan berpengaruh pada sukses tidaknya proses sosialisasi program penghijauan dan penanaman pohon di Samarinda. Adapun yang menjadi faktor penghambat adalah kurangnya kesadaran masyarakat yang diakibatkan ketidakpahaman masyarakat bahwa satu atau dua pohon yang ditanam di setiap lahan kosong pada pekarangan rumah atau lahan yang mereka miliki sangat membantu bagi kesuksesan program penghijauan di Samarinda, berkenaan dengan hal ini memang harus dibuat sebuah

aturan yang baku mengenai program penghijauan yang dilakukan oleh Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda, bahkan jika memang dipandang perlu, dapat dibuat Peraturan Daerah atau Peraturan Gubernur yang mengatur tentang masalah penghijauan ini

Faktor penghambat lainnya adalah kebudayaan seperti budaya ladang berpindah, pada sebagian suku Dayak ladang berpindah merupakan suatu tradisi yang sudah ada pada masa nenek moyang hidup. Balai pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda haruslah dapat mencari jalan tengah untuk menghadapi faktor penghambat ini karena akan lebih sulit untuk merubah kesadaran masyarakat yang berhubungan dengan adat istiadat dan kebudayaan setempat yang sudah mengakar dan menjadi kearifan lokal. Akan tetapi hal ini bisa saja di rubah secara perlahan dengan melakukan pendekatan kepada Kepala Adat atau para Pemuka di daerah mereka,

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil penelitian, penyajian data dan pembahasan, maka dapat penulis kemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda adalah melalui Spanduk, Pamlet, radio, televisi, internet dan media cetak. Pesan yang telah disampaikan kepada adalah mengenai pentingnya penanaman pohon dan penghijauan lingkungan. Serta dicanangkannya program-program seperti seperti Go Green, Kaltim Green, One Billion Indonesian trees, One Man One Trees, One Man Five Trees, Mari Tanam 1 Milyar Pohon dan lain-lain. Hasil yang diharapkan dari program ini adalah terbangunnya kesadaran masyarakat Kota Samarinda akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan Kota Samarinda agar Kota Samarinda terhindar dari bencana alam seperti banjir dan tanah longsor. Faktor penghambat dari sosialisasi ini adalah kurangnya kesadaran masyarakat yang diakibatkan oleh ketidakpahaman dan sikap masa bodoh sebagian orang akan kelestarian lingkungan

Saran

Setelah melaksanakan penelitian, dengan rendah hati penulis merasa perlu untuk memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat kepada semua pihak. Adapun saran-saran yang akan penulis kemukakan adalah sebagai berikut : Bagi UPT Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Mahakam Berau Samarinda hendaknya lebih melakukan terobosan-terobosan baru untuk menarik minat masyarakat seperti jalan santai dan pawai yang dilanjutkan dengan mewajibkan peserta menanam pohon, melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah dan Universitas mengenai pentingnya pohon bagi kehidupan manusia dan melakukan MOU atau kerja sama dengan membuat aturan-aturan tertentu yang mengikat serta memberikan reward atau hadiah kepada masyarakat teladan di beberapa lingkungan agar dapat dijadikan teladan dan memotivasi masyarakat lainnya untuk tetap menjaga kelestarian lingkungan

Daftar Pustaka

- Anggoro M, Linggar. 2001. *Teori dan profesi Kehumasan(serta aplikasinya di Indonesia)*. Jakarta: BumiAksara.
- Anonim, 2000 *Petunjuk Teknis Analisis Data Hujan dan Aliran Sungai, Balai Teknologi Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Surakarta (BTPDAS Surakarta)*, Solo
- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi*. Bandung:CVAmrico
- Effendy, Onong, Uchjana, 1986, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung
- , 1993. *Ilmu, Teoridan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- , 1994. *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Frida, Kusumastuti. 2002. *Dasar – Dasar Humas*.CetakanPertama. Jakarta Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suhandang,Kustandi,2004, *Public Relations: Kajian,Program dan Implementasi* Bandung: Nuansa.
- Mulyana, Dedy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif ;Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara
- Ruslan, Rusady. 1995. *Praktik dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Kritis Dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rosdy, Ruslan.2002.*Manajemen Humas dan Komunikasi. Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.