

MODEL KOMUNIKASI DAN PENYULUHAN PEMBANGUNAN MENDUKUNG PENGEMBANGAN MASYARAKAT BERKELANJUTAN

Amiruddin Saleh¹

ABSTRACT

The development communication and extension activities, similar with other types of extension are supposed to undergo a communication structure change. The communication pattern is no longer in the form of "oil droplets" extension having a top down outline, or relying on the "LAKU (visiting and training)" extension system which has a dyadic pattern integrating the top down and bottom up interest with an interpersonal or group communication approach. However, turning to participation and exchange of knowledge and experiences through "farmer as partner" communication pattern, (therefore) the advance technology and local traditions are forming a synergy. It is suspected that the farmer communication pattern in agricultural extension no longer relies on interpersonal. To reach mutuall understanding to extension message, relevant communications model is dyadic and convergence models.

Keywords: communication model, extension, community development

PENDAHULUAN

Komunikasi pembangunan merupakan proses penyebaran informasi, penerangan, pendidikan dan keterampilan, rekayasa sosial, dan perubahan perilaku (Dila 2007). Salahsatu kegiatan penting dalam komunikasi pembangunan adalah merancang program komunikasi, termasuk komunikasi inovasi yang dikenal sebagai kegiatan penyuluhan pembangunan (extension).

Bentuk dan jenis program komunikasi pembangunan sangat beragam terkait dengan jenis pesan yang disampaikan (pendidikan, keagamaan, kesehatan, pertanian, ekonomi dan politik) dengan berbagai media sebagai saluran untuk penyampaian pesan baik tercetak maupun elektronik, serta audien yang dituju. Menurut Mangkuprawira (2008), supaya program komunikasi pembangunan dapat memberikan dampak yang sesuai dengan harapan, maka kegiatan tersebut harus dikelola dengan optimal melalui perencanaan secara matang, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan evaluasi. Bagian terpenting dari perencanaan meliputi: menganalisis apa yang menjadi masalah dan kebutuhan audien yang berkait dengan pembangunan perdesaan dan juga masalah pelaksanaan komunikasi di lapangan. Analisis masalah ini penting karena instansi media pembangunan perdesaan dapat membatasi lingkup dan materi informasi atau pesan yang akan disampaikan, merumuskan tujuan penyiaran, anggaran, menetapkan metode dan media penyiarannya.

Dengan berkembangnya teknologi informasi, dewasa ini komunikasi pembangunan telah memanfaatkan media elektronis dalam penyampaian pesan.

¹ Dosen pada Departemen Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat FEMA IPB

Demikian pula halnya di Indonesia, studi tentang jaringan komunikasi menunjukkan bahwa masyarakat petani di Indonesia sudah terbiasa menerima informasi melalui media elektronik, selain media personal dan media cetak (Anthy 2002; Sopiana 2002; Ellyta 2006 *dalam* Vitalaya 2007). Salah satu media massa yang praktis dan mudah digunakan dalam penyampaian informasi pembangunan adalah media video dalam bentuk piringan CD (Littlejohn 2008). Video sebagai media instruksional dapat menunjukkan cara penggunaan *suatu produk* tahap demi tahap dan sekaligus menggugah perasaan dan menarik minat dengan tujuan terjadi perubahan perilaku (DeVito 2001).

Ditinjau dari segi efektivitas penyampaian pesan, khususnya dalam menjangkau audien yang lebih banyak dalam waktu serentak dan dalam wilayah yang lebih luas, berbagai media elektronik merupakan pilihan yang tepat. Namun demikian, realitas yang terjadi saat ini adalah masih banyaknya pesan-pesan pembangunan yang disampaikan melalui berbagai media tersebut belum sampai ke audien dengan baik. Sebaliknya komunikasi pembangunan melalui media massa juga belum mampu menjembatani keinginan dan harapan audien untuk menjawab permasalahan dan memenuhi kebutuhannya. Hal ini disebabkan di antaranya adalah karena pesan pembangunan disampaikan secara *linier* tanpa memperhatikan kebutuhan audien. Oleh karena itu, permasalahan pokok yang perlu dijawab adalah bagaimana merancang pesan yang responsif terhadap audien sehingga mampu menjawab permasalahan dan memenuhi kebutuhan audien. Untuk itu pendekatan model *linier* pada kegiatan komunikasi dan penyuluhan pembangunan yang diterapkan dalam pengembangan masyarakat berkelanjutan perlu diubah menjadi model komunikasi *dyadic*.

Sejarah mengungkapkan bahwa peran penyuluhan pembangunan, setelah revolusi hijau, tidak menghasilkan kesejahteraan bagi petani kecil. Sehingga struktur komunikasi yang dikembangkan cenderung diganti dari model-model yang mengikuti struktur komunikasi "guru-murid"/*top down*, berkembang ke arah pola komunikasi *dyadic* dan menjadi struktur komunikasi "petani sebagai partner." Artinya, kegiatan komunikasi penyuluhan berkembang menjadi "saling belajar" dan karena itu fungsi penyuluh lebih difokuskan pada fasilitator.

Dalam hal ini, penyuluh berfungsi sebagai fasilitator bagi masyarakat yang perlu mengalami proses belajar memperbaiki dirinya sendiri (Slamet 2003). Dengan pendidikan *non-formal* atau penyuluhan diharapkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Masyarakat di sini hendaknya jangan dijadikan sebagai obyek pembangunan saja, melainkan harus dilibatkan sebagai subyek pembangunan yang perlu mengalami suatu proses belajar untuk mengetahui adanya kesempatan-kesempatan untuk memperbaiki kehidupannya, memiliki kemampuan dan keterampilan untuk memanfaatkan kesempatan itu, serta mau bertindak memanfaatkan kesempatan memperbaiki

kehidupannya. Malah, kini penyuluh di beberapa kegiatan pemberdayaan masyarakat petani (community development) dan penyuluhan *capacity building* (penguatan kapasitas kelembagaan) berubah fungsi sesuai dengan perkembangan SDM-klien. Peran penyuluh dalam hal ini menjadi konsultan, dengan sasaran meningkatkan kelembagaan masyarakat petani maupun kapasitas SDM-klien, dimana petani diharapkan aktif mencari, mendapatkan atau meminta advis atau layanan akan informasi yang dibutuhkan dan aktif mendatangi penyuluh atau mengontak sumber informasi. Sehingga dapat dikatakan, model komunikasi bukan lagi berupa penyuluhan “tetesan minyak”/SSBM (swasembada bahan makanan) berpola “guru-murid”/top down atau mengandalkan penyuluhan sistem LAKU (latihan dan kunjungan) yang berpola *dyadic* memadukan kepentingan top down dan bottom up dengan pendekatan komunikasi interpersonal maupun kelompok. Penyuluhan kini lebih menekankan pada *capacity building* atau membangun kemampuan masyarakat, guna mendukung pengembangan masyarakat berkelanjutan. Di sini, model komunikasi penyuluhan pembangunan cenderung bersifat resiprokal dan mutualistik. Sumber dan penerima pesan dalam proses komunikasi penyuluhan tersebut dikenal sebagai partisipan.

Untuk menjembatani tuntutan pelaksanaan penyuluhan persuasif berkelanjutan secara periodik dengan permasalahan keterbatasan tenaga komunikator penyuluhan pembangunan dan biaya operasionalnya, maka pendekatan penyuluhan dengan melibatkan kelembagaan lokal (social capital) di dalam proses komunikasi baik sebagai sasaran maupun sebagai media komunikasi penyuluhan di tingkat perdesaan perlu diimplementasikan. Dengan memberdayakan *social capital* sebagai media komunikasi penyuluhan pembangunan di level mikro, maka akan terbangun jejaring penyuluhan pertanian yang produktif, efektif dan efisien di level tersebut.

Dengan melibatkan *social capital* secara aktif dan partisipatif dalam proses penyelenggaraan penyuluhan akan lebih memungkinkan terjalannya integrasi antara kepentingan pembangunan (daerah/nasional) dengan kepentingan petani sesuai potensi yang dimiliki maupun permasalahan yang dirasakan. Selain itu bila proses penyuluhan dilakukan oleh sesama komunitas petani yang memiliki pengalaman dan keterampilan yang relatif sama akan melahirkan suatu proses komunikasi antar pribadi yang dinamis dan bersifat relasional, atau disebut sebagai *relational communication model* (Schramm 1973; Cangara 2005) dan lebih memudahkan untuk mencapai kesepahaman terhadap pesan penyuluhan. Artinya, komunikasi penyuluhan yang dilakukan oleh sesama anggota komunitas akan lebih mudah untuk mencapai suatu kesepahaman yang oleh Kincaid (1979) digambarkan sebagai model komunikasi *convergence*.

Penelitian Sumardjo (1999) di Jawa Barat, mengungkapkan pelaksanaan penyuluhan dengan pendekatan *relational* dan *convergence* lebih menempatkan

martabat petani secara lebih layak, keberadaan petani dengan aspek kepentingan dan kemampuannya menjadi lebih dikenali dan dihargai sehingga lebih mendorong terjadinya partisipasi masyarakat yang lebih tinggi. Salah satu kesimpulan Sumardjo (1999) adalah bahwa penyuluhan dengan pendekatan model dialogis dan dengan model komunikasi konvergen lebih efektif untuk meningkatkan kemandirian petani dibanding dengan model penyuluhan yang sentralistik/*top down* dengan model komunikasi yang *linier*. Oleh karenanya, Sumardjo (1999) dan Saleh (2006) menyarankan perlu dilakukan penelitian untuk menggali potensi kelembagaan lokal yang dapat menjadi pengembangan inovasi bagi sistem agribisnis pada umumnya dan sistem usahaternak sapi potong. Lebih lanjut Saleh (2006) menyimpulkan bahwa “terjadi pergeseran tingkat pemanfaatan media massa oleh peternak sapi potong untuk mendapatkan informasi.” Lebih spesifiknya pada pergeseran pola komunikasi, dari mengutamakan komunikasi interpersonal dalam menerima dan menyebarkan informasi ke perilaku komunikasi bermedia, terutama televisi dan surat kabar. Hanya saja yang didedah lebih banyak berita, hiburan dan *infotainment* (olahraga dan film/sinetron). Media massa sendiri belum menyediakan informasi kebutuhan petani, termasuk teknologi sapi potong. Pergeseran tingkat pemanfaatan media massa di kalangan peternak lebih kepada untuk membuka wawasan lebih luas dan meningkatkan keingintahuan (*curiosity*) dan *awareness*.

PENTINGNYA MEDIA UNTUK Mendukung Pembangunan

Uraian di atas menyiratkan bahwa pergeseran perilaku komunikasi petani dan masyarakat perdesaan pada umumnya yang semakin memanfaatkan media massa, perlu disikapi dengan arif agar media mampu mendukung partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

Penelitian besar utama akan peranan media massa dalam pembangunan nasional di masyarakat dunia ketiga dilakukan oleh ilmuwan politik Daniel Lerner. *The passing of traditional society* diterbitkan pada tahun 1958 persembahkan ‘*Lerner vertion*’ bagaimana Negara Barat Memodernisasi: Mengarahkan Peningkatan urbanisasi untuk meningkatkan melek huruf dan pengeksposan media massa yang memimpin ke *income* lebih tinggi dan memilih. Lerner berspekulasi bahwa mekanisme itu akan mengakibatkan media massa meningkatkan pertumbuhan *income* dan partisipasi politik secara empati, memiliki kemampuan untuk membayangkan dirinya pada situasi berbeda. Apakah realitas pembangunan nasional di dunia ketiga begitu sederhana?

Sebagian kejadian-kejadian tidak mendukung harapan Lerner tetapi pekerjaan dia diikuti oleh aktivitas Flurri. Studi Unesco menemukan bahwa indikator pembangunan nasional seperti *income* per kapita, melek huruf,

urbanisasi, dan industrialisasi adalah berkorelasi dengan indikator pengembangan infrastruktur media yang baik (seperti, penggunaan berita cetak per orang, sirkulasi surat kabar harian per 100 orang, tempat duduk bioskop per 100 orang dan jumlah kumpulan radio per 100 orang). Pengembangan media berhubungan secara jelas ke pembangunan lain di suatu negara. Pertanyaannya adalah, apa menyebabkan apa? Akankan peningkatan ketersediaan media mengarah pada peningkatan pendapatan, melek huruf, urbanisasi, dan industrialisasi, atau apakah ada jalan lain di sekelilingnya? Apakah set-ketiga dari faktor-faktor (seperti, kekuatan politik). Menyebabkan kedua pengembangan infrastruktur media dan pengembangan dimensi lain dari sebuah bangsa? Jurnasril terkemuka, staf para profesional komunikasi di UNESCO pada waktu yang sama tidak mempertimbangkan secara terbuka melalui pertanyaan ini dari korelasi statistik Lerner secara langsung. Hubungannya cukup positif untuk mereka menyusun standar minimum media yang harus ada pada seluruh. Ini diikuti oleh ilmuwan politis MIT Lucian Pye's mengumpulkan bacaan bagaimana media komunikasi dapat meningkatkan pembangunan politik di dunia ketiga seperti blok barat, dan David McClelland antusias mengumpamakan ke *channel* media massa yang akan memajukan motivasi berprestasi di negara yang sudah maju.

Peneliti dan guru komunikasi, Wilbur Schramm, diundang oleh UNESCO dan kemudian menguji peranan dari media massa dalam meningkatkan sosial dan ekonomi. Media massa dan pembangunan nasional, diterbitkan pada tahun 1964 sebagai hasilnya. Dengan kuat sekali tertular oleh Lerner, Schramm bukunya sangat mudah dibaca memaparkan skenario optimistis. Media mempunyai banyak potensi dan janji. Mereka dapat membawa pesan-pesan mobilisasi masyarakat untuk transformasi nasional, Schramm merasa. Tetapi, akankah media massa dapat memberikan sistem sosial? dan, apakah mereka sudah melakukannya?

Selama satu dasawarsa perserikatan bangsa-bangsa untuk pembangunan di tahun 1960, sosiolog di Amerika Serikat mempelajari bagaimana perluasan inovasi pertanian di Barat Tengah Amerika Serikat mengherankan apakah 'contoh difusi mereka dapat membantu dunia ketiga. Para peneliti difusi mengandung masalah perubahan sosial dalam hal *invention* dan difusi. Mereka ingin mempromosikan perubahan sosial di dunia ketiga dengan mempromosikan adopsi penemuan barat dalam teknologi yang tidak menguntungkan negaranya. Mereka menemukan bahwa para inovator dan pengadopsi awal dari inovasi pada masyarakat minoritas, dan tanpa bervariasi tinggi dalam status pendidikan dan status sosial ekonomi. Bagaimana cara mengambil mayoritas (pendidikan dan sosial ekonomi yang rendah) dari kepedulian terhadap kepentingan pada percobaan inovasi pada langkah percepatan? Para peneliti difusi menemukan media massa menjadi berguna di

dalam kepedulian umum dan kepentingan inovasi; komunikasi tatap muka adalah penting pada pengambilan keputusan. Jadi, media massa menemukan kepentingan di antara badan-badan lainnya dari ilmuwan sosial untuk maksud memencarkan jalan ilmiah modern dari pengetahuan, perasaan dan pekerjaan di antara petani Asia, Afrika, Amerika Latin, dan Karibia.

Seperti para ekonom yang melandasi model tujuan mereka, penganjur peranan untuk media komunikasi dalam pembangunan nasional melupakan resep desain mereka untuk memerangi hambatan dari perlakuan struktur kekuatan internal dan eksternal. Amerika Serikat dan ilmuwan politik terlatih Amerika Serikat, sosiologis, dan psikologi telah merencanakan untuk difusi ide budaya modern barat, nilai, sikap, dan pengetahuan. Mereka tidak mengerti dominasi struktur tradisional, dan bagaimana tuan tanah besar, hirarki kasta, dan persepsi rasial akan melanjutkan karakteristik sub-kebudayaan dengan motivasi rendah untuk pencapaian dan harapan tinggi untuk hubungan. Orang-orang kaya sebagai penyebab utama masalah, tetapi perubahan fokus program pada orang miskin. Program-program televisi di desain untuk pekerja-pekerja pertanian dan pemilik-pemilik tanah marjinal yang dengan akses terbatas ke bibit, kredit, irigasi dan pestisida menemukan diri mereka pada penerima akhir program-program pertanian televisi yang mereka tidak gunakan.

Kelangkaan sumberdaya yang diberikan, seberapa penting infrastruktur media untuk proses pembangunan? Materi tercetak dan elektronik tidak mampu memberikan makanan dalam mulut untuk mengatasi kelaparan, memberikan pakaian, maupun mengobati apabila sakit. Konsep yang diberikan (terlambat tetapi di pusat) bahwa partisipasi massa adalah alat dan partisipasi massa adalah tujuan akhir, media massa bermanfaat untuk memperluas bahwa mereka berbagi informasi tentang makanan, pakaian, dan tempat tinggal populasi di wilayah terisolasi yang penting untuk pendidikan dan partisipasi mereka dalam diskusi pada isu ini.

Saat ini, negara menggunakan banyak media massa untuk menetralkan jarak antara aktor-aktor dan faktor-faktor yang mengabadikan keterbelakangan dan kebergantungan nasional di Negara-negara dunia ketiga. Terdapat konsistensi yang sangat kuat penggunaan saluran-saluran media untuk memutuskan kehancuran bahwa kolonialisme menyebabkan jati diri, budaya, struktur politik, dan ekonomi di Asia, Afrika, Karibia, Timor Tengah, dan Amerika Latin. Adalah sulit menunjuk banyak negara di Selatan yang telah menggunakan media massa secara konsisten sebagai bagian dari strategi untuk mengurangi kebergantungan secara ekonomi dan budaya aktor dunia ketiga seperti korporasi transnasional dan internasional lembaga peminjam.

Beberapa Negara menggunakan media untuk menanyakan legitimasi dominasi internal khususnya oleh etnik, kasta, dan kelompok pemilik modal yang menindas produktivitas dan identitas mayoritas mereka. Melalui

pembicaraan politikus merujuk pada penyebab keterbelakangan yang terus-menerus, penggunaan media untuk kepentingan transformasi politik, budaya, dan psikologikal adalah jarang dilakukan. Satu alasan untuk pengabaian tersebut adalah bahwa hal tersebut tidak menarik minat struktur kekuasaan. Alasan lainnya adalah keterbatasan pemahaman antara perencana ekonomi terhadap tugas pembangunan kembali masyarakat maju. Kesempatannya adalah jangka panjang, holistik, dan struktural. Oleh karena itu, responsnya adalah keterbatasan untuk intervensi *short-term*, simptomatik, dan bagian sektoral. Proyek-proyek yang berbeda dan proyek pemerintahan dirancang untuk menemukan kebutuhan yang berbeda dari orang yang sama melalui rencana jangka pendek yang terpisah. Dengan demikian, penggunaan media dikonseptualisasikan dalam terminologi perencanaan dari dukungan aplikasi proyek *ameliorative* yang terpisah terhadap "pesan promosional" untuk mengatasi kelaparan, buta huruf, atau kesehatan yang buruk (simpom keterbelakangan) sewaktu kelalaian dalam jangka panjang, usaha meredukasinya perlu memberantas akar penyebab struktural. Tip praktis pada pertanian, kesehatan, dan gizi dapat memperbaiki kesalahan informasi. Ilmu penyiaran bermanfaat untuk menjadi pusat produksi ilmuwan terbaik. Namun beberapa intervensi komunikasi yang baik yang merespons bagian permasalahan tidak secara akumulasi mengubah pokok penyebab masalah yang lebih besar. Pokok pertanyaannya adalah: siapa yang diuntungkan dari ilmu tersebut, dan apakah pola keuntungan mengubah hubungan yang tidak setara atau tidak adil. Sistem media massa di Afrika dan Asia Selatan diduga diorganisasikan untuk mengirim pesan-pesan pembangunan dari ahli pembangunan di negara kapitalis untuk petani yang kurang pengetahuan/pendidikan dan orang-orang yang bertempat tinggal di perkotaan yang kumuh disadarkan untuk memerlukan pembangunan. Struktur inisiatif pembangunan *top down* dan yang dipusatkan secara paralel dalam sistem media ini menggambarkan struktur kekuasaan: sumber inisiatif pembangunan dari atas, *receiver* menunggu di bawah dengan pasif menjadi "*culture of silent*" (budaya diam) dan manfaat pembangunan bersifat menetes ke bawah kepada mereka. Mereka tidak dilibatkan dalam perencanaan untuk pertumbuhan mereka sendiri dan menjadi obyek *humanitarianisme*, seperti feodalisme, kolonialisme, dan keterbelakangan. Manfaat dari model pembangunan berbasis pertumbuhan ekonomi pada tahun 1960-an melalui teknologi tinggi industrialisasi dan difusi informasi menambah apa yang telah mereka miliki. Kelaparan, kekurangan gizi (*malnutrition*), pengangguran berlangsung terus sehingga menimbulkan *dehumanisasi*, yang kaya semakin kaya dan yang miskin bertambah miskin.

Hasil penelitian tentang model difusi dalam lebih dari 3.000 studi di Negara dunia ketiga tidak bertujuan pada pemerataan kesejahteraan di Selatan yang berbeda dari Midwest, Amerika Serikat dimana model tersebut

dikembangkan. Gramsci merekomendasikan bahwa dukungan informasi tidak senantiasa bergandengan dengan perubahan sosial. Orang kaya terus mampu menerapkan inovasi karena mereka memiliki akses terhadap pendidikan, kekuasaan, dan kontak untuk mengadopsi inovasi. Tapi negara dunia ketiga tidak menyiapkan prasyarat untuk adopsi inovasi (misalnya pemerataan kepemilikan lahan sebagaimana di Korea, Taiwan dan Jepang) untuk mayoritas kaum miskin, pesan-pesan media pada perbaikan pertanian, kesehatan, pendidikan, dan praktek perencanaan keluarga. Aplikasi komunikasi pembangunan tidak dapat mempromosikan secara nyata perbaikan dalam kualitas hidup individu maupun kelompok di dalam sebuah Negara, karena tidak direncanakan sebagai usaha perubahan sosial, dan seringkali menyajikan keluar dari suatu perubahan struktural yang lebih sulit.

Tanpa dukungan peluang adanya program media informasi secara simultan, audien mulai mengorganisasikan pelaku program komunikasi pembangunan untuk mereka - yang miskin dan berpikir perlunya implementasi infrastruktur yang suportif serta perlunya berpikir bahwa keterlibatan aktif benar-benar akan menjaga mereka.

Strategi pembangunan yang didasarkan atas kepentingan akar rumput, berpusat pada partisipasi masyarakat yang diperkenalkan pada tahun 1970 telah mengusulkan sebuah pendapat yang secara keseluruhan berbeda terhadap perubahan budaya yang tidak serupa antara difusi (pola penyebaran) di negara barat dengan negara timur terhadap ide modern melalui media massa yang disarankan oleh akademisi di Amerika. Pendidik dari Brazil, Paulo Freire, menggarisbawahi sebuah metodologi baru yang mengiliterasi partisipasi aktif orang dewasa dalam transformasi terhadap dunia mereka yang disebut sebagai pendidikan orang dewasa (pedagogy).

Dalam konsep *pedagogy* Freire, guru (produser media) tidak selamanya yang berkuasa, tetapi belajar bersama-sama antara yang belajar dengan guru: seseorang yang baik dalam posisi guru maupun yang belajar secara aktif saling berdialog. Proses perancangan pesan yang didasarkan atas dialog diusulkan dalam konsep ideal model Freirean: produser media dan audien saling belajar melalui dialog sepanjang masa sebelum produksi dan dalam masa produksi.

Pertama, produser media mendengarkan dan mengamati, dan selanjutnya menyajikan *draft* pesan (storyboard, script, fotografi) yang ditujukan kepada komunitas untuk proses validasi dan konfirmasi dengan apa yang mereka butuhkan dan adat kebiasaan masyarakat setempat.

Walaupun relevansinya kepada rakyat jelata kedua tokoh baik Gramsci dan Freire, tidak satu pun yang ingin mengecualikan ide-ide terhadap pengaruh elite, pemilik tanah (harta benda) dan pedagang. Gramsci menentang penolakan lembaga dari kelas yang berpengaruh (misalnya produser dan peneliti yang tidak ingin dijadikan anggota oleh lembaga media komersial, stasiun televisi

milik negara, kementerian komersialisasi dan industri) sebagai sebuah bentuk dogmatis yang berhaluan kiri (kekanak-kanakan), Freire melihat kebutuhan untuk humanisasi dan liberasi yang saling menguntungkan untuk kedua belah pihak baik guru-*teacher-learner* (tim produksi media) dan peserta belajar-*learner-teacher* (audien). Tidak ada konsensus perubahan secara nasional maupun individu dapat terjadi tanpa dialog:

- (a) Di dalam kelompok masyarakat dengan kebutuhan yang homogen;
- (b) Antara kelompok masyarakat dengan kebutuhan yang berbeda;
- (c) Antara masyarakat dan perencana (misalnya lembaga pemerintahan, organisasi swasta sukarela) mengklaim untuk menemukan kebutuhan mereka.

Implikasi komunikasi horizontal di dalam dan di antara kelompok yang di dalamnya masyarakat diorganisasikan (misalnya kelompok perempuan, kelompok kasta, kelompok keagamaan). Implikasi dari komunikasi vertikal, *bottom up*, arus informasi kebutuhan dari masyarakat ke perencana, prioritas, dan model pertemuan mereka yang lebih disukai. Hal tersebut juga termasuk *top down*, arus informasi dari perencana kepada masyarakat untuk informasi komunitas yang mereka terima. Informasi berlangsung dengan tiga cara dalam model spiral yang tanpa berakhir (*never ending spiral*) dan selanjutnya kembali ke bawah, terus- menerus, dan pada sebuah isu yang bervariasi. Dialog pada tiap putaran mungkin kadang-kadang menyebabkan komunikasi, misalnya *sharing* makna. Tetapi sistem spiral harus menjaga arus informasi secara konstan jika pembangunan nasional menjadi terus berlanjut.

Bentuk dominan dari arus informasi di sebagian besar negara adalah *top down*. Untuk konsensus pembangunan pada tingkat akar rumput (*grass root*), mengutamakan komunikasi horizontal. Pendekatan ini bentuknya adalah pusat produksi media terdesentralisasi lokal dan regional yang juga dibutuhkan untuk menyampaikan konsensus masyarakat. Komunikasi masyarakat adalah dasar dari komunikasi populer (komunikasi milik masyarakat) yang diinisiasi oleh petani kecil dan pekerja organisasi di Amerika Latin.

Model komunikasi partisipatif membentuk keterbukaan dan merupakan komunikasi tanpa instruksi. Komunikasi secara langsung ketika digunakan oleh proyek pembangunan pemerintah, lembaga pemasaran komersial dan lainnya untuk membantu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Partisipasi secara langsung dalam perancangan pesan, produksi pesan, dan konsumsi pesan adalah usaha memanipulasi audien untuk menemukan seseorang yang lain.

Komunikasi partisipatif untuk memobilisasi ekspresi diri sendiri secara terbuka dan pengelolaan diri sendiri. Komunikasi partisipatif (UNESCO 1978 dalam Bella 1992) didefinisikan sebagai proses sosial dalam kelompok dengan perhatian bersama membangun sebuah pesan yang berorientasi untuk

memperbaiki situasi eksistensial mereka dan terhadap perubahan struktur sosial yang dikehendaki.

Akan tetapi, lembaga nonpemerintahan, pergerakan populer, dan staf komunikasi mereka telah memulai dengan sangat hati-hati, melalui dua tahapan ke arah lebih maju, kadang-kadang satu tahap mundur ke belakang. Usaha transformasi nasional di negara postkolonial yang diinisiasi oleh pergerakan populer harus secara strategis melihat kesesuaian waktu dan tempat untuk melakukan manuver dalam struktur kekuasaan.

Apa yang dapat disetujui produser media pemerintahan dalam sektor pertanian, kesehatan, dan pendidikan untuk transformasi nasional? Kontribusi utama akan diinisiasi dialog dengan masyarakat audien untuk verifikasi ketika tujuan yang mereka sepakati sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Media adalah makna-makna. Media dapat digunakan untuk menumbuhkan emansipasi. Pesan-pesan media dipengaruhi oleh (tetapi tidak secara mekanis merefleksikannya) minat terhadap pesan yang dapat mereka kontrol melalui saluran-saluran.

Unit media nonprofit dihambat oleh sumber dana dan ideologi sumber pendanaan mereka. Entitas media yang berorientasi keuntungan (dijalankan oleh negara atau swasta) memperoleh keuntungan dari penglihatan dan pendengaran audien kepada pengiklan. Pendekatan partisipatif audien dalam desain pesan dan produksi media adalah sebuah strategi yang dapat digunakan pekerja media untuk menggunakan sarana mereka untuk memberikan audien yang bermacam-macam sebuah suara dalam memutuskan jenis transformasi nasional yang mereka inginkan, perbedaan antara reproduksi ekonomi saat ini dan struktur politik. Pesan oposisi yang lebih banyak dan yang lebih besar adalah tekanan untuk negara terhadap perubahan dan legitimasi mereka sendiri, serta akumulasi kebutuhan modal dari kekuatan ekonomi dominan yang direpresentasikan.

PERANAN KOMUNIKASI PENYULUHAN DALAM PEMBANGUNAN DI INDONESIA

Komunikasi/penyuluhan dan pembangunan merupakan dua hal yang saling berhubungan erat. Kedudukan komunikasi dalam konteks pembangunan *“as an integral part of development, and communication as a set of variables instrumental in bringing about development”* (Roy dalam Jayaweera dan Anumagama 1989). Siebert *et al.* (1956) dalam Bella (1992) menyatakan bahwa dalam mempelajari sistem komunikasi penyuluhan, seseorang harus memperhatikan beberapa kepercayaan dan asumsi dasar yang dianut suatu masyarakat tentang asal usul manusia, masyarakat dan negara. Strategi pembangunan menentukan strategi komunikasi, maka makna komunikasi pembangunan pertanian dan perdesaan pun bergantung pada modal atau

paradigma pembangunan yang dipilih oleh suatu negara. Peranan komunikasi pembangunan pertanian dan perdesaan telah banyak dibicarakan oleh para ahli, pada umumnya mereka sepakat bahwa komunikasi mempunyai andil penting dalam pembangunan.

Strategi komunikasi dalam pembangunan di Indonesia adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan digunakan pelaku pembangunan pertanian untuk menyampaikan pesan-pesan pembangunan kepada seluruh masyarakat dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang digunakan melalui berbagai media komunikasi untuk mencapai tujuan pembangunan di Indonesia yaitu untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia seutuhnya. Paradigma yang digunakan dalam pembangunan adalah *communication for development* (Servaes 2007). Dalam paradigma *Communication for Development*, masyarakat yang semula dijadikan obyek dalam pembangunan, sudah sepantasnya untuk saat ini dijadikan sebagai subyek dari pembangunan.

Komunikasi di dalam aktivitas pembangunan, menurut Hornik (1988) dalam Bella (1992), memiliki beberapa peran di antaranya adalah sebagai penghubung antar kelembagaan, penguat pesan, dan sekaligus sebagai akseptator dalam berinteraksi. Dalam konteks komunikasi pembangunan, maka ketiga peran komunikasi tersebut merupakan hal penting yang menjadi acuan dalam membuat strategi komunikasi yang akan diaplikasikan. Ketiga peran komunikasi tersebut dianggap penting karena hal tersebut merupakan jawaban dari kelemahan yang terjadi hingga saat ini, yaitu masih rendahnya akses komunikasi, khususnya di dalam pembangunan bagi masyarakat yang tinggal di perdesaan. Berbagai bentuk materi komunikasi yang selama ini tersedia sesungguhnya belum dapat dipahami atau diakses dengan optimal oleh masyarakat di perdesaan.

Materi komunikasi yang berasal dari luar (media sekunder), baik berupa materi tercetak maupun elektronik, seperti brosur, *leaflet*, majalah atau program radio dan televisi, tidak dapat diakses baik secara fisik maupun dari sisi komunikasi. Konsep dan strategi pembangunan yang selama ini dijalankan, yang cenderung seragam secara nasional, belum mampu menjangkau masyarakat perdesaan secara memadai. Hal ini disebabkan karena strategi komunikasi informasi yang dijalankan dari atas ke bawah tersebut berbentuk seragam padahal kondisi penerima (audiences) sangat bervariasi. Lebih jauh, berbagai asumsi dan prasyarat penerima (receiver) dari kebijakan strategi komunikasi tersebut tidak mampu dipenuhi oleh sebagian masyarakat.

Di samping melalui materi yang berasal dari media tercetak maupun media elektronik, dapat juga diperoleh dari media primer atau media yang tidak kelihatan wujudnya seperti: Komunikasi antar pribadi yang dilakukan oleh *opinion leader*, kontak tani, tim penyuluhan, dan lain-lain.

Melalui dua media di atas diharapkan pesan-pesan pembangunan dapat diterima dan dirasakan oleh seluruh masyarakat di Indonesia, agar penyebaran inovasi pembangunan dapat merata dan tidak hanya berfokus pada daerah perkotaan saja. Sehingga tujuan utama komunikasi pembangunan dapat tercapai, yaitu untuk menciptakan kesejahteraan seluruh masyarakat Indonesia secara adil dan merata.

PENUTUP

Salah satu tolok ukur dikatakan negara tersebut maju adalah pembangunan dari segi pertumbuhan ekonominya. Pembangunan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari pertumbuhan ekonomi (economic growth); pembangunan ekonomi mendorong pertumbuhan ekonomi, dan sebaliknya, pertumbuhan ekonomi memperlancar proses pembangunan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi ialah proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Suatu negara dikatakan mengalami pertumbuhan ekonomi apabila terjadi peningkatan GNP (Produk Domestik Bruto) riil di negara tersebut. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi.

Komunikasi merupakan sarana untuk mendukung pembangunan. Dampak yang dirasakan dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, memudahkan bagi pihak-pihak yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesannya. Peran Komunikasi dalam pembangunan telah memanfaatkan media elektronik dalam penyampaian pesan karena dinilai mampu menjangkau audien dalam jumlah yang besar dalam waktu bersamaan. Komunikasi dalam pembangunan adalah segala upaya, cara dan teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan kepada masyarakat yang menjadi sasaran, agar dapat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam pembangunan.

Dengan permasalahan keterbatasan tenaga penyuluh dan biaya operasional penyuluhan, perlu melibatkan kelembagaan lokal (social capital) di dalam implementasi komunikasi penyuluhan pertanian persuatif berkelanjutan.

Komunikasi yang berorientasi pemenuhan atas dasar kepentingan dan kemampuan petani, lebih mendorong terjadinya partisipasi dan menempatkan martabat petani secara layak, sehingga model komunikasi relasional dan konvergen relevan untuk komunikasi inovasi (penyuluhan) yg mendukung pengembangan masyarakat berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Bella M. 1992. *Designing Message for Development Communication: An Audience Participation-based Approach*. California: Sage Publications.

- Cangara H. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- DeVito JA. 2001. *Komunikasi Antar Manusia: Kuliah Dasar*. Jakarta: Professional Books.
- Dilla S. 2007. *Komunikasi Pembangunan: Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis.
- Jayaweera N, Amunugama S. 1989. *Rethinking Development Communication*. Second Impression. Singapore: The Asian Mass Communication Research and Information Centre (AMIC).
- Kincaid DL. 1979. The Convergence Model of Communication. Paper of The East-West Communication Institute. Hawaii, Honolulu.
- Littlejohn SW, Karen AF. 2008. *Theories of Human Communication*. 9th Ed. Belmont-California: Wadsworth Publishing Company and International Thomson Publishing (ITP) Company.
- Mangkuprawira S. 2008. ronawajah.wordpress.com. [terhubung berkala]. <http://ronawajah.wordpress> [15 Maret 2009].
- Saleh A. 2006. "Tingkat Penggunaan Media Massa dan Peran Komunikasi Anggota Kelompok Peternak dalam Jaringan Komunikasi Penyuluhan." [disertasi] Sekolah Pascasarjana IPB. Bogor.
- Schramm W. 1973. *Communication Development and Development Process*. New Jersey: Princeton University Press.
- Servaes J. 2007. Harnessing the UN System Into a Common Approach on Communication for Development. *International Communication Gazette* 2007, vol 69: 483.
- Slamet M. 2003. *Membentuk Pola Perilaku Pembangunan*. Yustina, I., dan A. Sudradjat (Editor). Bogor: IPB Press.
- Sumardjo. 1999. "Transformasi Model Penyuluhan Pembangunan Menuju Pengembangan Kemandirian Petani: Kasus di Provinsi Jawa Barat." [disertasi]. Program Pascasarjana IPB. Bogor.
- Vitalaya A. 2007. Pengaruh Desain Pesan Video Instruksional terhadap Peningkatan Pengetahuan Petani tentang Pupuk Agrodyke." *J.Agro Ekonomi*, Volume 25 No.1, Mei 2007.