

PERENCANAAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KEGIATAN PEMBANGUNAN

Oleh: Ida Suryani Wijaya¹

Abstract

Communication plan explain how communicator spread his/her message widely and appropriately through the right channel at the right time. Strategy of communication can be defined as a framework built to change people behavior in wide scale through disseminating new ideas. To achieve targeted result of development process, right planning and strategy are necessary. Right strategy starts from choosing right communicator, deciding targeted audience, analyzing audience needs, crafting the message, choosing appropriate media and communication channels, and estimating the impact of the whole process. Throughout the process of communication, it is normal that a number of barriers stand. Therefore, planning a communication strategy is aimed at overcoming those barriers in order to optimize effectiveness of communication. From the perspective of function and utility of communication, planning plays a vital role in the implementation of programs.

Planning of communication in a simple framework relates to the question of how to create an effective communication. In a wider sense, communication planning is necessary for constructing appropriate strategy by which national development programs can work.

Keywords: Planning, strategy of communication, development.

¹ Penulis adalah Dosen Tetap pada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Samarinda.

Abstraks

Perencanaan komunikasi menjelaskan bagaimana cara menyebarluaskan pesan yang tepat dari komunikator kepada khalayak yang tepat, melalui saluran yang tepat, dan waktu yang tepat pula. Pengertian strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Untuk mencapai hasil yang tepat dalam melaksanakan program pembangunan, diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat. Penetapan strategi diawali dengan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, menyusun pesan, memilih media dan saluran komunikasi, efek komunikasi. Sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai.

Perencanaan komunikasi dalam kerangka yang sangat sederhana dikaitkan dengan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam kerangka yang lebih luas perencanaan komunikasi diperlukan untuk menyusun strategi agar program-program pembangunan yang berskala nasional bisa berhasil.

Kata Kunci: Perencanaan, Strategi komunikasi, Pembangunan

PENDAHULUAN

Menurut Rogers pembangunan adalah suatu proses perubahan sosial dengan partisipatori yang luas dalam masyarakat yang dimaksudkan untuk kemajuan sosial dan material (termasuk bertambah besarnya kebenaran, keadilan dan kualitas lainnya yang dihargai) untuk mayoritas rakyat melalui kontrol yang lebih besar yang mereka peroleh terhadap lingkungan mereka.²

Menurut Inayatullah, pembangunan adalah perubahan menuju pola-pola masyarakat yang memungkinkan realisasi yang lebih baik dari nilai-nilai kemanusiaan yang memungkinkan suatu masyarakat mempunyai kontrol yang lebih besar terhadap lingkungan dan terhadap tujuan politiknya, dan yang memungkinkan pada warganya memperoleh kontrol yang lebih terhadap diri mereka sendiri. Shoemaker memberikan pengertian pembangunan merupakan suatu jenis perubahan sosial dimana ide-ide baru diperkenalkan kepada suatu sistem sosial untuk menghasilkan pendapatan perkapita dan tingkat kehidupan yang lebih tinggi melalui metode produksi yang lebih modernisasi pada tingkat sistem sosial.³

Menurut Kleinjans, pembangunan merupakan suatu proses pencapaian pengetahuan dan ketrampilan baru, perluasan wawasan manusia, tumbuhnya suatu kesadaran baru, meningkatnya semangat kemanusiaan, dan suntikan kepercayaan diri.

Dari pengertian pembangunan yang diungkapkan para pakar diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian pembangunan adalah suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik dalam lingkungan masyarakat.

Adapun tujuan pembangunan terbagi menjadi dua yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum pembangunan adalah suatu proyeksi terjauh dari harapan-harapan dan ide-ide manusia, komponen-komponen dari yang terbaik atau masyarakat ideal terbaik yang dapat dibayangkan. Tujuan khusus di pembangunan adalah tujuan jangka pendek, pada tujuan jangka pendek biasanya yang dipilih sebagai tingkat pencapaian sasaran dari suatu program tertentu.

Perencanaan Komunikasi dan Strategi Komunikasi

Secara implisit maupun eksplisit, kita telah mengidentifikasi dan meramu berbagai kenyataan sosial dan mencari elemen-elemen pokok untuk merumuskan landasan ilmiah komunikasi. Yang mencuat sebagai proses setral dari komunikasi dalam proses pembangunan ialah faktor manusia dan perubahan sosial.⁴ Karena itulah maka perlu perencanaan yang matang ketika ada ide untuk menyampaikan pembangunan kepada masyarakat.

Ada beberapa definisi tentang perencanaan komunikasi:

1. Perencanaan komunikasi adalah proses mengalokasikan sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tetapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan

² Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan: Pengenala Teori Dan Penerapannya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 28.

³ Ibid.

⁴ Santoso S. Hamijoyo, *Komunikasi Partisipatoris* (Bandung: Humaniora, 2005), 29.

keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.

2. Perencanaan komunikasi adalah suatu usaha yang sistematis dan kontinu dalam mengorganisir aktivitas manusia terhadap upaya penggunaan sumberdaya komunikasi secara efisien guna merealisasikan kebijakan-kebijakan komunikasi.
3. Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.
4. Perencanaan komunikasi adalah seni dan ilmu pengetahuan dalam mencapai target khalayak dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi pemasaran, misalnya periklanan, kehumasan, dll.⁵

Dari empat definisi atau pengertian perencanaan komunikasi tersebut dapat diambil beberapa pokok pikiran yang ada di dalamnya, yaitu:

1. Perencanaan komunikasi sebagai usaha yang disengaja
2. Perencanaan komunikasi dibuat dalam bentuk dokumen tertulis
3. Perencanaan komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan seni komunikasi
4. Perencanaan komunikasi merupakan aktivitas manusia yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan dari satu proses ke proses selanjutnya.
5. Perencanaan komunikasi memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu.
6. Untuk mencapai tujuan itu Perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya (dana, barang/alat, manusia atau keahlian, dan program).
7. Perencanaan komunikasi menggunakan unsur-unsur komunikasi yang mencakup sumber, pesan, media, target sasaran, dan efek (perubahan) sebagai komponen audit.
8. Perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil atau evaluasi.

Perencanaan komunikasi sebagai penuntun usaha atau kegiatan komunikasi yang dilakukan sepanjang program dilaksanakan, ia menjadi dokumen kerja yang selalu diperbaharui secara periodik sesuai dengan perubahan kebutuhan khalayak. Perencanaan komunikasi menjelaskan bagaimana cara menyebarluaskan pesan yang tepat dari komunikator kepada khalayak yang tepat, melalui saluran yang tepat, dan waktu yang tepat pula. Perencanaan komunikasi membantu bagaimana pesan yang dibawakan konsisten dengan target sasaran. Perencanaan komunikasi sangat penting bagi kesuksesan suatu organisasi atau lembaga.

Pengertian strategi komunikasi menurut Rogers adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar

⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 44.

melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan menurut Middleton strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan, saluran penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal.

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah maka hasil yg diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga. Konsep strategi komunikasi disini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan perencanaan strategik tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang.

Untuk mencapai hasil yang tepat dalam melaksanakan program pembangunan, diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat. Ada banyak model yang digunakan dalam studi perencanaan komunikasi, mulai dari model sederhana sampai kepada model yang rumit. Namun, perlu diketahui bahwa penggunaan model dan tahapan pelaksanaannya tergantung pada sifat atau jenis pekerjaan yang akan dilakukan. Tidak ada model yang dapat digunakan secara universal, melainkan sesuai dengan kondisi dan realitas yang ada.

UNESCO membuat langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam perencanaan komunikasi, yakni:

1. Mengumpulkan data tentang status sumber daya komunikasi, apakah itu dioperasikan oleh pemerintah, swasta, atau kombinasi antara pemerintah dan swasta.
2. Melakukan analisis tentang struktur dan sumber daya komunikasi yang ada, berapa banyak surat kabar, stasiun televisi dan radio, serta media-media apa saja yang ada dalam masyarakat.
3. Melakukan analisis kritis terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat terhadap komunikasi, jenis informasi apa yang dibutuhkan, apakah hiburan, pendapat, atau berita.
4. Melakukan analisis terhadap komponen-komponen komunikasi mulai dari sumber, pesan, saluran atau media, penerima, dan umpan balik dari masyarakat.
5. Melakukan analisis terhadap pengembangan komunikasi, apakah komunikasi mengalami kemajuan dalam hal jumlah (tiras), sebaran, atau peringkat dalam tayangannya.
6. Menetapkan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai sesuai dengan kebijaksanaan komunikasi yang ada.⁶

Tahapan perencanaan yang dibuat oleh UNESCO itu tentu saja tidak mengikat, tergantung dari kondisi dan keadaan program yang akan dilaksanakan. Hal ini juga diakui bahwa tidak ada satupun model perencanaan komunikasi yang bisa diterima secara umum, melainkan bisa dilakukan modifikasi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi, tentu saja tidak lepas dari elemen komunikasi. Pengertian komunikasi yang dibuat oleh Harold D.

⁶ Ibid., 67.

Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*.⁷ Jadi dalam komunikasi ada beberapa elemen, yaitu Komunikator, komunikan, media, pesan, efek. Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menetapkan komunikator. Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas. Ada syarat yang harus dimiliki seorang komunikator yakni; kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan.
2. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak. Dalam studi komunikasi, khalayak atau disebut juga komunikan. Memahami masyarakat terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Di dalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program, yaitu: (a) Kelompok yang memberi izin, adalah suatu lembaga yang membuat peraturan dan memberi izin sebelum suatu program disebarluaskan. (b) Kelompok pendukung, ialah kelompok yang mendukung dan setuju pada program yang dilaksanakan. (c) kelompok oposisi, ialah mereka yang menentang atau kelompok yang bertentangan dengan ide perubahan yang ingin dilaksanakan. (d) Kelompok evaluasi, ialah mereka yang terdiri dari orang-orang yang mengkritisi dan memonitor jalannya suatu program. Dengan mengetahui kelompok dalam masyarakat ini, seorang perencana komunikasi dapat memprediksi dan mengantisipasi, serta menyesuaikan program-program komunikasi yang akan dilakukannya.
3. Menyusun pesan. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna. Ada beberapa cara dalam menyusun pesan; (a) *Over power'em theory*. Teori ini menunjukkan bahwa bila pesan seringkali diulang, panjang dan cukup keras, maka pesan itu akan berlalu dari komunikan. (2) *Glamour theory*. Suatu pesan yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan daya persuasi, maka komunikan akan tertarik untuk memiliki ide itu. (3) *Don't tele'em theory*. bila suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka mereka tidak

⁷ Onong Uchyana Effendi, *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), 253.

akan mengetahui dan menanyakannya, oleh karena itu mereka tidak akan membuat pendapat tentang ide itu.

4. Memilih media dan saluran komunikasi. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa, misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk kelompok tertentu digunakan saluran komunikasi kelompok.
5. Efek komunikasi. Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi target sasaran. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada tingkat pengetahuan, pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu objek. Sedangkan perubahan perilaku adalah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan.

Pentingnya Perencanaan dan Strategi Komunikasi Pembangunan

Sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai.

Perencanaan komunikasi dalam kerangka yang sangat sederhana dikaitkan dengan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam kerangka yang lebih luas perencanaan komunikasi sangat diperlukan untuk menyusun strategi agar program yang berskala nasional bisa berhasil. Sebagai contoh dari aspek pembangunan ekonomi, Mefalopulos, seorang senior consultant di bank dunia yang berkedudukan di New York mengakui bahwa; bank dunia sudah banyak membuat program-program peningkatan kesejahteraan masyarakat di berbagai belahan dunia dengan mengedepankan pendekatan ekonomi. Tetapi ketika program-program tersebut banyak yang mengalami kegagalan, maka keluhan pertama para pengambil keputusan adalah faktor komunikasi. Bahkan Mefalopulos mengakui bahwa suatu hal yang sangat penting dan sering hilang dalam proses pembangunan adalah hilangnya komunikasi antara pengambil keputusan, para ahli, dan mereka yang menjadi sasaran pembangunan itu sendiri.⁸ Dengan kondisi seperti ini, maka komunikasi perlu ditempatkan pada fungsinya, bukan hanya untuk membangkitkan kesadaran, memberi informasi, mempengaruhi atau mengubah perilaku, melainkan ia juga berfungsi untuk mendengarkan, memahami, memberdayakan, dan membangun konsensus untuk perubahan.

Dengan demikian maka perencanaan komunikasi menjadi hal yang sangat esensial bagi keberhasilan suatu negara atau organisasi. Melalui perencanaan komunikasi diharapkan program-program yang sejenis dari berbagai organisasi dapat dibuat secara logis, realistis, integratif, komprehensif, dan menyeluruh guna

⁸ Ibid., 43.

menghindari duplikasi dan pemborosan biaya, tenaga, dan waktu. Perencanaan komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam mensukseskan suatu program, yakni semua staf dan stakeholdernya harus dapat memahami tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, waktu yang paling tepat untuk membentuk pemahaman terhadap perencanaan komunikasi adalah pada tahap awal dimulainya suatu program.

Ada beberapa strategi komunikasi pembangunan yang dipergunakan, dimana masing-masing strategi mencerminkan suatu rangkaian prioritas tertentu mengenai bagaimana menggunakan komunikasi untuk mencapai kebutuhan-kebutuhan pembangunan.⁹

1. Strategi berdasarkan media. Para komunikator yang menggunakan strategi ini biasanya mengelompokkan kegiatan mereka disekitar medium tertentu yang mereka sukai. Strategi ini memang teknik yang paling mudah, paling populer, dan tentunya paling tidak efektif.
2. Strategi desain intruksional. Pengguna strategi ini pada umumnya adalah para pendidik. Mereka itu memfokuskan strateginya pada pembelajaran individu-individu yang dituju sebagai suatu sasaran yang fundamental. Strategi kelompok ini mendasarkan diri pada teori-teori belajar formal, dan berfokus pada pendekatan sistem untuk pengembangan bahan-bahan belajar.
3. Strategi partisipasi. Dalam strategi partisipasi ini, prinsip-prinsip penting dalam mengorganisasi kegiatan adalah kerjasama komunitas dan pertumbuhan pribadi. Yang dipentingkan dalam strategi ini bukan berapa banyak informasi yang dipelajari seseorang melalui program komunikasi pembangunan, tetapi lebih pada pengalaman keikutsertaan sebagai seseorang yang sederajat dalam proses berbagai pengetahuan dan keterampilan.

Perencanaan dan strategi komunikasi diperlukan dalam proses pembangunan agar dapat menciptakan komunikasi yang efektif. Komunikasi perlu ditempatkan pada fungsinya, bukan hanya untuk membangkitkan kesadaran, memberi informasi, memengaruhi atau mengubah perilaku, melainkan komunikasi juga berfungsi untuk mendengarkan, mengeksplorasi lebih dalam, memahami, memberdayakan, dan membangun konsesus untuk perubahan, karena itu komunikasi diperlukan untuk mendukung proses pembangunan.

⁹ Rochayat Harun and Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosial* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 165–166.

DAFTAR PUSTAKA

- Hafied Cangara. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Onong Uchyana Effendi. *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Rochayat Harun, and Elvinaro Ardianto. *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Santoso S. Hamijoyo. *Komunikasi Partisipatoris*. Bandung: Humaniora, 2005.
- Zulkarimen Nasution. *Komunikasi Pembangunan: Pengenala Teori Dan Penerapannya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.