

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PERTANAHAN NASIONAL MELALUI
PROGRAM LARASITA DALAM MEMBERIKAN LAYANAN PUBLIK TERHADAP
MASYARAKAT KABUPATEN SIJUNJUNG**

Oleh
Gilang Fijar Prasasty Utama
Pembimbing : Ir. Rusmadi Awza S.Sos Msi

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Km 12,5 Kampung Baru – Pekanbaru 28193
TLP. (0761) 63277 / 23430

ABSTRACT

Larasita is a People Service for Land Certification. This service has a strategy to pick up the ball that provides convenience to the community who do data collection and land measurement to be certified. So, people do not need to bother to register at the Badan Pertanahan Nasional office a long distance. With this Larasita Program, Sijunjung district with geographical location far and difficult to reach in the management of land becomes easier. The problem raised in this research is how communication strategy of Larasita Program in giving public service to society of Sijunjung Regency.

This research used descriptive qualitative method, while the object of the research is Larasita Program at the Badan Pertanahan Nasional of Sijunjung Regency and research subjects including employees who are members of the Larasita team and also the community. Data collection techniques used are interviews, observation, and documentation.

The results found First, the public audiences of public Larasita programs are far and unreached. Second, the message given in the form of informative messages and persuasion that invites the people to do data collection and making land certificates. Third, brochures, banners and radio are the media used by the Badan Pertanahan Nasional of Sijunjung Regency. Fourth, communicators come from Larasita team appointed by Decision, supported by Walinagari and local custom leaders who are more aware of the community criteria where the Larasita Program is held.

Keyword : Larasita Program, Sijunjung, Land Certification

PENDAHULUAN

Masalah pelayanan publik yang terjadi di Indonesia semakin berkembang. Kondisi rendahnya kinerja pelayanan publik yang dilakukan pemerintah tersebut tentu saja disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya karena cakupan wilayah pelayanan yang sangat luas, banyaknya

pelayanan yang harus disediakan, keterbatasan dana untuk ketersediaan pelayanan serta berbagai kondisi sosial ekonomi dan pendidikan dari para pengguna pelayanan publik tersebut. Oleh karena itu Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia (BPN RI) melakukan suatu terobosan di bidang pelayanan publik ini

dengan diluncurkannya program Layanan Rakyat untuk Sertifikasi Tanah (Larasita) pada tahun 2008.

Larasita itu sendiri mempunyai strategi program menjemput bola, yaitu masyarakat yang ingin melakukan sertifikasi tanah dapat menghubungi kantor Badan Pertanahan Nasional. Selanjutnya tim yang ada pada program Larasita ini turun langsung ke lokasi untuk melakukan pendataan dan pengukuran tanah yang akan di sertifikat, sehingga masyarakat tidak perlu bersusah payah untuk melakukan pendaftaran pada kantor Badan Pertanahan Nasional yang jaraknya jauh.

Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung dalam hal ini meluncurkan program Larasita sesuai dengan Keputusan Kepala Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2008 tentang “Pembentukan Tim Kegiatan Larasita” .Dimana berguna untuk meminimalisi adanya konflik pertanahan, karena Sumatera Barat mempunyai kepemilikan tanah ulayat yaitu tanah yang dimiliki oleh adat dan juga letak Kabupaten Sijunjung secara geografis yang banyak daerahnya yang sulit untuk dijangkau.

IDENTIFIKASI MASALAH

Dari masalah diatas maka dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengenali khalayak sasaran Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung?
2. Bagaimana pemilihan media komunikasi yang dilakukan Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik

terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung?

3. Bagaimana kajian tujuan pesan yang disampaikan Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung?
4. Bagaimana kredibilitas peran komunikator Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan permasalahan yang diambil dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui khalayak sasaran Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung.
2. Untuk mengetahui pemilihan media komunikasi yang dilakukan Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung.
3. Untuk mengetahui kajian tujuan pesan yang disampaikan Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung.
4. Untuk mengetahui kredibilitas peran

komunikator Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam

Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Strategi Komunikasi

Strategi merupakan gabungan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 2009;32). Jadi yang dimaksud dengan strategi komunikasi adalah pola-pola sebagai tujuan dan kebijaksanaan serta rencana-rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yang dirumuskan sedemikian rupa dengan memperhatikan kekuatan internal dan eksternal organisasi sehingga jelas program apa saja yang akan dilaksanakan untuk organisasi.

- a. Mengenali Sasaran Komunikasi Sebelum kita melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu.
- b. Pemilihan Media Komunikasi Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat emilih salah satu atau gabungan dari berbagai media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang akan digunakan.
- c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi atau teknik instruksi.
- d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia ingin melancarkan komunikasi yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

2. Layanan Publik

Menurut Kotler dalam Sampara Lukman pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Selanjutnya Sampara berpendapat, pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain, atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

3. Program Larasita

Larasita adalah akronim Layanan Rakyat untuk Sertifikasi Tanah. Layanan ini mulai diujicobakan di Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar, Propinsi Jawa Tengah tahun 2006 dan diikuti beberapa kantor pertanahan lain, baik di Jawa maupun luar Jawa, untuk memudahkan pelayanan pertanahan dan sertifikasi tanah. Larasita ini dilaksanakan untuk memberi keadilan pelayanan pertanahan bagi masyarakat. Larasita merupakan kantor pertanahan bergerak (*mobile office*) yang mempunyai fungsi sama dengan fungsi kantor pertanahan.

Metode Penelitian

Metode yang dipakai didalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Februari 2017 sampai dengan bulan Mei 2017. Lokasi Penelitian yaitu Kantor Badan

Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung. Pemilihan informen dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive* dan *Accidental*. Pemilihan menggunakan teknik purposive adalah karyawan Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung dan pemilihan informen accidental adalah masyarakat pengguna layanan Larasita.

Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam observasinya penulis langsung terjun kelapangan bersama tim Larasita, Wawancara berupa wawancara dengan ketua tim Larasita Kabupaten Sijunjung beserta karyawan dan juga masyarakat yang mengurus sertifikat tanah melalui Program Larasita. Dalam dokumentasinya penulis menggunakan data yang diberikan oleh Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung.

Analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Rachmat Kriyanto, 2012:167). teknik analisis data berdasarkan siklus yang dilukiskan oleh Huberman dan Miles yaitu Model Analisis Data Interaktif.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung dalam hal ini meluncurkan program Larasita sesuai dengan Keputusan Kepala Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2008 tentang “Pembentukan Tim Kegiatan Larasita”. Dimana berguna untuk meminimalisi adanya konflik pertanahan, karena Sumatera Barat mempunyai kepemilikan tanah ulayat yaitu tanah yang dimiliki oleh adat dan juga letak Kabupaten Sijunjung secara geografis yang banyak daerahnya yang sulit untuk dijangkau.

1. Strategi Khalayak Sasaran Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung.

Dalam menentukan khalayak komunikator terlebih dahulu harus ditetapkan siapa saja sasaran yang akan menjadi khalayak komunikator. Hal ini karena masyarakat atau kelompok yang akan menjadi sasaran komunikator tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan yang akan dibuat oleh komunikator.

Dalam melaksanakan komunikasi maka yang akan menjadi khalayak atau kelompok sasaran program Larasita di Kabupaten Sijunjung adalah seluruh masyarakat yang ada di Kabupaten Sijunjung. Terutama masyarakat yang tinggal di daerah yang sulit dijangkau oleh kantor Badan Pertanahan Nasional maka dari itu adanya program larasita karena larasita merupakan kantor berjalan atau kantor bergeraknya Badan Pertanahan Nasional.

2. Strategi Pemilihan Media Komunikasi Badan Pertanahan Nasional melalui Program Larasita dalam Memberikan Pelayanan Publik terhadap Masyarakat Kabupaten Sijunjung.

Badan Pertanahan Nasional menggunakan beberapa media dalam proses sosialisasinya dan memberikan layanan kepada khalayak, antara lain:

a. Media Tatap Muka atau Secara Langsung

Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung melakukan media tatap muka atau secara langsung dengan menjepit bola atau terjun langsung kepada masyarakat, pada pelayanan ini dilakukan di tempat-

tempat keramaian yang ada pada daerah tujuan program larasita seperti balai adat dan juga masjid dan musholla yang ada pada daerah tersebut.

b. Radio

Media radio adalah salah satu media yang baik dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Radio merupakan media yang bisa didengarkan saat melakukan pekerjaan yang lain.

c. Baliho dan Spanduk

Media terakhir yang digunakan dalam publikasi dan strategi sosialisasi oleh Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung adalah baliho dan spanduk. Terlihat di beberapa jalan utama di kabupaten Sijunjung.

**3. Strategi Tujuan Pesan
Komunikasi Badan Pertanahan
Nasional melalui Program
Larasita dalam Memberikan
Pelayanan Publik terhadap
Masyarakat Kabupaten
Sijunjung.**

Adapun perencanaan pesan yang dilakukan oleh Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung adalah :

a. Pesan Persuasif

Menurut Hardo (dalam Soemirat, 2004:121) menyatakan bahwa komunikasi persuasive merupakan proses komunikasi untuk merubah kepercayaan, sikap, perhatian, ataupun perilaku secara kasar ataupun tidak dengan menggunakan kata-kata ataupun pesan nonverbal. Sebelum melakukan komunikasi persuasif BPN Sijunjung terlebih dahulu bekerja sama dengan beberapa instansi atau organisasi yang terkait dalam melakukan sosialisasi, seperti pesan melalui media elektronik seperti iklan di radio.

b. Pesan Informatif

Selain melakukan upaya persuasif dalam mensosialisasikan program Larasita, Badan Pertanahan Nasional juga melakukan penyampaian pesan yang bersifat informatif.

**4. Strategi Komunikator Badan
Pertanahan Nasional melalui
Program Larasita dalam
Memberikan Pelayanan Publik
terhadap Masyarakat Kabupaten
Sijunjung.**

Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung sangat memperhatikan komunikator dalam menyampaikan pesan ataupun siapa saja yang akan menjadi penyampai pesan kepada khalayak, jika tidak maka pesan yang disampaikan tidak akan di menegerti oleh khalayak.

Selain melibatkan tim Larasita, Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung juga melibatkan walinagari dan juga pemuka adat guna menarik minat masyarakat daerah untuk mengurus sertifikat melalui Program Larasita.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunikator dalam menyampaikan pesan adalah pimpinan dari Program Larasita yang secara langsung terlibat dalam mensosialisasikan program larasita terhadap masyarakat kabupaten Sijunjung dengan menggunakan kata-kata yang mudah di pahami agar udah di terima masyarakat. Selain Tim dari Larasita, walinagari atau pemuka adat yang di segani pada daerah-daerah yang menjadi program larasita juga ikut dalam penyampaian informasi dan sosialisasi, ini berguna agar

masyarakat mendapatkan informasi secara keseluruhan.

2. Strategi khalayak Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung dalam mensosialisasikan program Larasita dengan menimbulkan rasa percaya masyarakat tentang pentingnya kepegurusan sertifikat tanah, dan menjalin hubungan yang baik dengan media dan masyarakat. Agar pelayanan yang dilakukan saat program larasita berjalan terselenggara dengan baik.
3. Strategi pesan Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sijunjung program Larasita antara lain a) kegiatan penyampaian pesan yang dilakukan berjalan sesuai dengan harapan karena adanya pihak dari daerah yang akan dilaksanakan program larasita tersebut turut membantu dalam penyampaian informasinya, sehingga informasi tersebut dirasakan sudah cukup maksimal. b) Penyampaian pesan terkadang sedikit mengalami hambatan karena daerah yang akan dituju mempunyai jarak yang cukup jauh dan medan yang cukup sulit untuk dilewati.
4. Media yang digunakan badan pertanahan nasional kabupaten sijunjung dalam mensosialisasikan program larasita adalah media cetak dan media elektronik. Media elektronik yang digunakan yaitu radio yang memungkinkan masyarakat daerah yang cukup jauh mendapatkan informasi mengenai program Larasita.

SARAN

1. Khalayak yang dipilih oleh Badan Pertanahan Nasional Kabupaten

Sijunjung hendaknya sesuai dengan visi dan misi yang ada pada program larasita, yaitu khalayak yang berada jauh dari Kantor Badan Pertanahan nasional Kabupaten Sijunjung.

2. Dalam pemberian pesan baik melalui media yang ada pada Kantor Badan Pertanahan Nasional dituntut untuk memberikan pesan yang dapat di terima dan dimengerti oleh semua lapisan masyarakat. Pesan yang disampaikan tersebut selain memberikan informasi pentingnya kepemilikan hak atas tanah juga untuk mengajak masyarakat yang belum memiliki sertifikat untuk dapat mengurus pembuatan sertifikat tersebut.
3. Penggunaan Media dan faktor pendukungnya lebih diperbaiki lagi mengingat daerah jauh yang menjadi target program larasita sehingga Kantor Badan Pertanahan Nasional melalui program larasitanya dituntut untuk banyak melakukan sosialisasi sebelum terlaksananya pelayanan larasita pada daerah tersebut.
4. Komunikator dalam penyampaian dan pelayanan kepada masyarakat dituntut untuk menjadi lebih baik dengan memberikan pelayanan secara optimal kepada masyarakat tanpa adanya pembeda golongan dalam masyarakat tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara

Bungin, Burhan. 2009, *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana.

Cangara, Harfied. 2013, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGafindo Persada.

Effendy, Onong Uchana. 2009, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Herdiansyah, Haris. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika

Hikmat, Mahi M, DR. 2011, *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Iriantara, Yosal. 2005, *Media Relation: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Kriyantono, Rachmat. 2010, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana

Sinambela, Lijan Poltak dkk, 2011, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: PT Bumi Aksara

Sumber Lainnya

Keputusan Kepala Badan Pertanahan Nasional RI Nomor 24 tahun 2008 tentang Pembentukan Tim Kegiatan Larasita.