

“Orang harus menyadari bahwa para elite media dan elite intelektual umumnya memiliki agenda tertentu”

Noam Chomsky



bagian tiga

MEDIA MASSA PENOPANG PEMBANGUNAN

Gusmia Arianti

PENDEKATAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Di Indonesia, pembangunan pedesaan masih menghadapi tantangan yang besar dan memerlukan berbagai macam sumber daya, termasuk media massa (Jahi, 1988). Para kritikus komunikasi kontemporer yang menaruh minat terhadap persoalan media melihat sebuah transformasi luar biasa yang tengah berlangsung di masyarakat. Sebutlah Bungin (2006), misalnya, menyatakan bahwa media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Dalam menjalankan paradigmanya, media massa berperan sebagai institusi pencerahan masyarakat (media edukasi). Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik

masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan siap menjadi masyarakat yang maju.

Dalam sejarah perkembangannya, komunikasi pembangunan sering dipengaruhi dan dimonopoli oleh pihak pemberi pesan, sehingga model komunikasinya disebut dengan istilah model *linier*. Komunikasi dikatakan berhasil jika pemberi pesan (komunikator) dapat menyampaikan pesannya kepada sasarannya (komunikan). Pendapat ini sangat lemah, karena sasaran (komunikan) bukanlah kertas putih yang dengan mudah diberi warna atau gambar apapun oleh pemberi pesan (komunikator). Kenyataan ini menyebabkan dikembangkan pendekatan baru dalam komunikasi, yaitu menjadi lebih bersifat dua arah, dengan mengartikan komunikasi sebagai pertukaran suatu informasi yang bertujuan untuk mendapatkan kesamaan makna di antara peserta komunikasi baik komunikan maupun komunikator. Penyampaian informasi dikatakan berhasil kalau kedua belah pihak merasa diuntungkan, di satu pihak komunikator merasa yakin kalau pesan yang diberikan diserap oleh komunikan dan di pihak lain, komunikan merasa diuntungkan setelah mendapatkan pesan yang diberikan komunikator (Soekartawi, 1988).

Perkembangan gagasan tentang membangun keberdayaan melalui informasi, komunikasi, dan pengetahuan masyarakat yang semakin luas, membuka peluang pendesiminasian inovasi dengan melibatkan penggunaan media komunikasi. Era informasi dan globalisasi yang terus mengalami perkembangan dengan percepatan yang signifikan, mengindikasikan peranan media massa untuk informasi dan komunikasi dalam upaya penyebaran ilmu, pengetahuan dan teknologi

akan sangat menentukan dalam kemajuan dan percepatan terbentuknya kualitas sumberdaya manusia. Hal ini dikarenakan, penyebarluasan informasi berbagai sektor pembangunan harus sampai kepada pelaku secara cepat, tepat sasaran dan serempak sehingga akan mempunyai efek bola salju. Selain itu, media harus memiliki kemampuan terjadinya komunikasi antar berbagai pihak yang berkompeten, sehingga informasi yang sampai kepada para pelaku pembangunan memiliki makna yang sama.

Media massa baik cetak (seperti buletin atau koran desa) maupun elektronik (seperti radio komunitas atau internet masuk desa) semakin banyak digunakan untuk terbangunnya pemahaman media di tingkat warga. Keberadaan media membuat warga cepat menyadari dan memanfaatkan strategi komunikasi untuk menyelesaikan persoalannya, memenuhi kebutuhannya, dan memaksimalkan potensinya. Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) dan majunya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) mengakibatkan adanya peningkatan dalam kebutuhan pengetahuan dan informasi yang berguna untuk menyokong pembangunan pertanian.

Pembangunan menurut Imoh (2013) merupakan perubahan yang berubungan dengan lingkungan internal dan eksternal sosio-ekonomi dan politik. Menurut Adedokun *et al.* (2010) pembangunan sebagai proses peningkatan pengetahuan manusia, keterampilan, sikap, meningkatkan rasa percaya diri, kemandirian, dan kebanggaan diri untuk menghadapi dunia. Sebab itu, pembangunan sebagai kekuatan utama rakyat untuk memecahkan berbagai persoalan dengan kebijaksanaan,

pengalaman dan sumberdaya yang dimiliki dengan tujuan untuk menghilangkan kemiskinan dan kelaparan. Pembangunan identik dengan perkembangan meliputi segala aspek yang bertujuan untuk kemajuan sosial melalui proses modernisasi, seperti ekonomi, sosial, budaya, dan aspek pendukung pembangunan lainnya di suatu negara yang berlangsung pada level makro (nasional) dan mikro (*community*). Makna penting dari pembangunan adalah adanya kemajuan, perbaikan dan pertumbuhan.

Sementara komunikasi merupakan komponen kunci dalam pembangunan yang berkelanjutan. Komunikasi tentu akan membantu melibatkan masyarakat dalam pembangunan dan dapat memotivasi khalayak berpartisipasi dalam perencanaan aktivitas pembangunan (Adedokun *et al.* 2010; Kheerajit & Flor). Kheerajit dan Flor (2013) menyatakan bahwa komunikasi pembangunan memainkan peran utama dalam distribusi informasi di negara-negara berkembang. Komunikasi tidak hanya untuk menginformasikan tetapi juga mempengaruhi perilaku penerima informasi.

Maka, komunikasi pembangunan diperkenalkan sebagai sebuah pendekatan integral pembangunan pedesaan. Komunikasi diberikan kepada masyarakat mengenai isu-isu yang berkaitan dengan pendidikan, program kesehatan, pertanian, populasi, perempuan dan gizi. Penerapan model sistem

Komunikasi pembangunan dipengaruhi oleh teori modernisasi. Contohnya difusi inovasi media massa dan perkembangan nasional.

komunikasi pembangunan pada dasarnya berasal dari teori-teori ekonomi yang dominan dari Barat, yang menekankan pada peran komunikasi, yaitu informasi dan persuasi (2013).

Menurut Adedokun *et al.* (2010) dari perspektif pembangunan pedesaan, komunikasi dipandang sebagai sebuah proses sosial yang dirancang untuk membawa bersama-sama setiap anggota masyarakat dalam proses dua arah, antara pengirim dan penerima informasi untuk menciptakan pengetahuan. Komunikasi pembangunan berfokus pada dua area yaitu: diseminasi informasi dan motivasi masyarakat. Komunikasi yang kaitannya dengan pembangunan masyarakat pedesaan, merupakan proses interaktif di mana informasi, pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk pembangunan dipertukarkan antara anggota masyarakat dan penyedia informasi, baik secara pribadi atau melalui media seperti radio, media cetak, telepon dan *cybernetics*.

Komunikasi digunakan untuk mengumpulkan dan mempertukarkan antara semua yang bersangkutan dalam perencanaan pembangunan dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan mengenai isu pembangunan yang dihadapi beserta solusinya. Komunikasi digunakan untuk memobilisasi tindakan masyarakat dan membantu dalam memecahkan masalah serta kesalahpahaman yang mungkin timbul selama rencana pembangunan. Komunikasi pembangunan melibatkan perubahan terencana dalam pengetahuan, sikap dan praktik, yang mempengaruhi bukan hanya seorang individu tetapi bagian lain dari sistem (Kheerajit & Flor, 2013).

Pendapat tentang komunikasi pembangunan menunjukkan bahwa bagi masyarakat yang ingin maju memerlukan wawasan yang luas sebagai titik tolak untuk mendorong dan mengembangkan hasrat mengubah kehidupan ke arah kemajuan. Perhatian masyarakat perlu difokuskan pada upaya pembangunan sehingga diharapkan kreasi, aspirasi dan keikutsertaan masyarakat dapat didayagunakan secara lebih bermanfaat (Nasution, 2007). Tujuan komunikasi pembangunan secara efektif adalah agar masyarakat memiliki informasi yang diperlukan dalam pengambilan keputusan dan keterampilan yang relevan untuk meningkatkan mata pencaharian mereka (Adedpkun *et al.*, 2010).

Lebih lanjut, Kheerajit dan Flor (2013) mengungkapkan bahwa komunikasi pembangunan efektif harus memotivasi orang untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang direncanakan. Adedokun *et al.* (2010) menambahkan bahwa komunikasi yang efektif akan membantu dalam menggerakkan orang-orang dari model belajar secara individu, pada perilaku pembangunan kolektif dan berbasis partisipasi, penghargaan dan ekuitas. Komunikasi yang efektif adalah alat penting untuk pembentukan dan pemeliharaan hubungan sosial. Komunikasi pembangunan yang efektif dapat berdampak terhadap perilaku masyarakat, seperti memberikan motivasi masyarakat untuk ikut serta dalam program pembangunan.

KOMUNIKASI MASSA DALAM MEDIA MASSA

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003), komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui

media massa. Komunikasi massa terdiri dari lembaga-lembaga dan teknik di mana kelompok-kelompok terlatih menggunakan teknologi untuk menyebarkan simbol-simbol kepada audiens yang tersebar luas dan bersifat heterogen. Karakteristik komunikasi massa menurut Effendy (2003) adalah sebagai berikut:

- Komunikasi massa bersifat umum, yaitu pesan disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang.
- Komunikasi bersifat heterogen, yaitu orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; tetapi orang-orang tersebut tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisir.
- Media massa menimbulkan keserempakan, yaitu kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.
- Hubungan komunikator-komunikasi bersifat non-pribadi, disebabkan oleh teknologi dari penyebaran yang massal dan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum.

Sementara itu, model-model komunikasi massa menurut Tubbs and Moss (1996) terdiri dari:

- Model jarum suntik (*hypodermic needle model*). Model jarum suntik pada dasarnya adalah aliran satu tahap, yaitu dari media massa langsung kepada khalayak sebagai *mass audience*. Model ini mengasumsikan media massa secara langsung, cepat dan mempunyai efek yang amat kuat atas khalayak.

Model ini tidak melihat adanya perubahan-perubahan antara yang bekerja di antara permulaan stimulus dan respons akhir yang diberikan khalayak. Model ini cenderung sangat melebihkan peranan komunikasi massa dengan media massanya.

- Model alir dua tahap (*two step flow model*). Model ini menyatakan, pesan-pesan media massa tidak seluruhnya mencapai khalayak secara langsung, sebagian besar malahan berlangsung secara bertahap. Model ini dikembangkan sebagai suatu studi klasik tentang perilaku memilih.
- Model alir satu tahap (*one step flow model*). Model ini menyatakan, saluran-saluran dalam media massa berkomunikasi secara langsung kepada khalayak, dalam arti pesan-pesan media mengalir tanpa harus melalui *opinion leader*. Berbeda dengan model *hypodermic needle*, model ini mengakui pesan-pesan komunikasi penerima-penerima yang seluruhnya sama, efek yang ditimbulkan juga selalu sama. Model ini tidak menyebutkan secara eksplisit hubungan di antara sesama audiens.
- Model alir banyak tahap (*multi step flow model*). Model ini merupakan gabungan dari semua model yang menyatakan, pesan-pesan media massa menyebar kepada khalayak melalui suatu interaksi yang sangat kompleks. Media mencapai khalayak dapat secara langsung dan dapat pula melalui macam-macam penerusan secara beranting, baik melalui pemuka-pemuka masyarakat maupun melalui situasi saling berhubungan antara sesama anggota khalayak.

Ditegaskan lagi, media massa memiliki peran dalam menyebarkan pesan-pesan pembangunan. Peran media massa menjadi kurang maksimal disebabkan oleh akses masyarakat ke media massa tidak selalu menjamin paparan dan pemahaman pesan media massa. Asumsi bahwa paparan media massa membuat informasi publik yang secara otomatis menyatukan program pembangunan keliru, individu selektif mengekspos diri mereka sendiri untuk memberikan perhatian, mempertahankan dan menanggapi pesan media massa (Imoh, 2013). Media massa merupakan sumber kekuatan, dan mempunyai peran penting dalam perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Peranan ini dipengaruhi oleh aturan atau norma yang diwujudkan dalam suatu kebijakan yang menghubungkan institusi media dengan masyarakat (Castrechini *et al.*, 2014).

Media massa menciptakan produk yang ditawarkan kepada khalayak dengan cara memprediksi keinginan khalayak. Media menggunakan berbagai alat untuk mendukung pernyataan, misalnya seleksi kata, menghubungkan laporan dan gambar, dinamika, pengulangan, dan emosi (Pavelka, 2014). Media massa memiliki kekuatan untuk melampirkan makna sebuah isu bahwa penonton dapat kemudian menggunakannya sebagai bingkai untuk membahas dan menafsirkan masalah. Media massa memiliki kekuaran untuk menetapkan makna terhadap isu tertentu. Pelaku media beranggapan media massa sebagai cara yang efisien untuk mengungkapkan perspektif mereka. *Pertama*, media massa merupakan sumber informasi yang relevan mengenai suatu masalah. *Kedua*, aktor berusaha untuk mengekspresikan nilai-nilai dan kepentingan mereka

dalam perdebatan media untuk mengatur agenda dan pengaruh perumusan kebijakan, terutama pada isu-isu yang cenderung menjadi konflik. Aktor yang berbeda kemudian bersaing untuk mendapatkan akses ke media (Kleinschmit & Sjostedt, 2013).

Salah satu peran media massa adalah informasi yang disampaikan oleh media massa mampu membangun realitas dalam masyarakat. Realitas ini dianggap sebagai pengetahuan sejati, sehingga diekspresikan melalui aksi sosial dan wacana (Imtihani, 2014). Kheerajit dan Flor (2013) menyatakan bahwa ketika komunikasi dikaitkan dengan pembangunan berarti proses interaktif di mana informasi, pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk pembangunan dipertukarkan antara anggota masyarakat dan penyedia informasi baik secara pribadi atau melalui media seperti radio, media cetak, telepon, dan *cybernetics*, sebagaimana disebutkan di atas itu.

Meski demikian, media tidak hanya sekadar penyebar informasi, namun memiliki sejumlah tanggung jawab ikut aktif melibatkan diri dalam interaksi sosial dan kadangkala menunjukkan arah atau memimpin, dan berperanserta dalam menciptakan hubungan dan integrasi. Media bergerak ditandai oleh adanya penyebaran kekuasaan, yang diberikan kepada individu, kelompok, dan kelas sosial secara tidak merata.

Radio menjadi alat komunikasi massa yang sesuai dan mendidik para petani dari keterbelakangan teknologi dalam bidang pertanian.

McQuail (2000), menyebutkan media seringkali dipandang sebagai alat kekuasaan yang efektif karena kemampuannya untuk melakukan salah satu atau lebih dari beberapa hal seperti; menarik dan mengharapkan perhatian, membujuk pendapat dan anggapan, mempengaruhi pilihan sikap, membrikan status dan legitimasi, mendefinisikan dan membentuk persepsi realitas. Salah satu media yang sering digunakan dalam membentuk persepsi realitas adalah surat kabar.

Surat kabar telah lama dipergunakan untuk penyebaran informasi. Surat kabar juga tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, Suwardi (1993) menjelaskan bahwa fungsi-fungsi dari surat kabar adalah sebagai berikut:

- Fungsi menyiarkan informasi, berbagai informasi dengan cepat dan akurat dapat disampaikan oleh surat kabar. Pembaca menjadi pembeli ataupun berlangganan surat kabar karena ingin mengetahui informasi apa yang terjadi di berbagai tempat di dunia.
- Fungsi mendidik, surat kabar tidak secara langsung memberikan fungsi pendidikan pada pembacanya. Ini bisa dilihat dari materi isi seperti artikel, *feature* dan tajuk. Materi isi tersebut di samping memberikan informasi juga menambah bobot pemahaman tiap pembaca berbeda-beda.
- Fungsi mempengaruhi, berita pada surat kabar secara tidak langsung mempengaruhi pada pembacanya, sedangkan tajuk rencana dan artikel dapat memberikan pengaruh langsung kepada pembacanya. Pengaruh ini pada mulanya timbul

dari persepsi pembaca terhadap suatu masalah yang kemudian membentuk opini pada pembacanya.

Suwandi menambahkan isi dari surat kabar terdiri dari berita utama yang terletak di halaman depan, berita biasa, rubrik opini, reportase, wawancara, *feature*, iklan, cerita pendek dan cerita bergambar. Semua komponen diramu sedemikian agar pembaca tertarik membaca dan menjadi pelanggan surat kabar itu. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi akan berlangsung dengan melibatkan unsur-unsur sebagai berikut: sumber, pesan, saluran, penerima dan efek. Menurut Effendy (1993), surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri; publisitas (isi surat kabar tersebut disebarluaskan kepada publik), perioditas (surat kabar terbit secara teratur setiap hari, seminggu sekali, atau dua mingguan), universalitas (isi surat kabar tersebut bersifat umum yang menyangkut segala aspek kehidupan), dan aktualitas (yang dimuat surat kabar mengenai permasalahan aktual).

Bagi sebagian kalangan, media massa (pers) sering disebut sebagai *the fourth estate* (kekuatan keempat) dalam kehidupan sosial-ekonomi dan politik. Hal ini terutama disebabkan oleh suatu persepsi tentang peran yang dapat dimainkan oleh media dalam kaitannya dengan pengembangan kehidupan sosial-ekonomi dan politik masyarakat (Sobur, 2004: 30).

Sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, media mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai

institusi yang dapat membentuk opini publik, antara lain, karena media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia representasikan untuk diletakkan dalam konteks kehidupan yang lebih luas. Sehubungan dengan hal tersebut, sebenarnya media berada pada posisi yang mendua, dalam pengertian bahwa ia dapat memberikan pengaruh-pengaruh “positif” maupun “negatif”. Tentu saja, atribut-atribut normatif ini bisa sangat relatif, bergantung pada dimensi kepentingan yang diwakili.

Berdasarkan kepentingan yang dapat diperankan itu, media massa merupakan sebuah kekuatan yang sangat diperhitungkan. Dalam berbagai analisis tentang kehidupan sosial, ekonomi, dan politik, media sering ditempatkan sebagai salah satu variabel determinan. Bahkan, media, terlebih dalam posisinya sebagai suatu institusi informasi, dapat pula dipandang sebagai faktor yang paling menentukan dalam proses-proses perubahan sosial-budaya dan politik. Oleh karena itulah, dalam konteks media massa sebagai institusi informasi, Karl Deutsch (dalam Effendy, 2000: 325), menyebutkan sebagai “urat nadi pemerintah” (*the nerves of government*). Hanya mereka yang mempunyai akses kepada informasi, kira-kira demikian Deutsch berargumentasi, yang bakal menguasai percaturan kekuasaan. Atau paling tidak urat nadi pemerintahan itu sebenarnya berada di jaring-jaring informasi.

Menurut Alex Sobur (2004) di dalam masyarakat modern mana pun, media memainkan peran penting untuk perkembangan politik masyarakatnya. Pers kerap disebut-sebut sebagai salah satu pilar demokrasi.

Kebebasan berekspresi dan menyampaikan informasi merupakan dasar penting bagi sistem demokrasi dan telah dikukuhkan dalam semua dokumen hak asasi manusia yang dikeluarkan setelah Perang Dunia Kedua. Sebab itu, sejak reformasi, Indonesia pernah mengangankan media massa sebagai pengaji realitas. Meski tidak sempurna, namun media massa dianggap semestinya berfungsi yang utama sebagai pewarta kebenaran dan kenyataan.

MEDIA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERKELANJUTAN

Peran media dalam pemberdayaan masyarakat desa dilakukan UNESCO sejak tahun 1950 dengan mengalokasikan dana dan upaya untuk pengembangan media massa dan pemberdayaan. Bidang penelitian komunikasi dan pemberdayaan mengalami diskusi dan perdebatan yang panjang. Para ahli komunikasi umumnya melihat peran media sebagai pembawa perubahan sosial, perkembangan, dan pemberdayaan. Pada era tahun 1960-1970, konsen pada peranan media dalam pembangunan, salah satunya komunikasi pedesaan.

Komunikasi pembangunan dilihat sebagai kunci dari program pembangunan. Bidang komunikasi pembangunan dipengaruhi oleh teori modernisasi. Contohnya difusi inovasi dan media massa dan perkembangan nasional. Ketika era modernisasi, strategi pembangunan nasional mulai terpengaruh oleh konsep tahapan pertumbuhan ekonomi Rostow, berupa industrialisasi menjadi dasar dalam pembangunan suatu Negara. Kemudian pada awal tahun 1970 teori difusi inovasi Rogers berperan dalam membentuk paradigma utama dalam perkembangan media dan komunikasi.

Konsep *sustainable development* dipopulerkan tahun 1987 dan dipublikasikan oleh *World Commission on Environment and Development*. Komisi ini memastikan sebuah rencana untuk membuat pembangunan yang berkelanjutan. Pada tahun 1972 United Nations Conference di Rio Jenairo menghasilkan prinsip komunikasi berkelanjutan. Kerangka teoritis mengenai prinsip komunikasi berkelanjutan dihasilkan antara tahun 1972-1992. Perencanaan global dalam komunikasi berkelanjutan sebagai tindak lanjut pertemuan sebelumnya di Rio Jenairo. Komunikasi berkelanjutan bukanlah sekadar harmonisasi yang statis, tetapi merupakan proses perubahan.

Pada bulan Juni 2012 dilaksanakan kembali konferensi tentang pembangunan berkelanjutan untuk membangun kesempatan keluar dari zona nyaman dan beraksi untuk mengentaskan kemiskinan. Secara konseptual komunikasi berkelanjutan menekankan pada pendekatan holistik, bagi pembuat keputusan dari berbagai tingkatan. Ia tidak hanya menekankan pada kekuatan ekonomi, tetapi juga pada *intergenerational* dan *intragenerational*.

Professor Adnan Hussein dari Universiti Sains Malaysia menyatakan dalam *International Symposium Development Communication For Sustainable Development Or Rural Community* bahwa faktor utama dalam komunikasi berkelanjutan, antara lain: (1) Meningkatkan tanggung jawab terhadap lingkungan, restorasi, dan pembaharuan; (2) Meningkatkan kondisi sosial secara keseluruhan dan standar hidup; (3) Memperoleh kekuatan dan keberlanjutan fiskal; (4) Membangun kapasitas budaya dan diversitas kolektif, warisan, dan nilai. Komunikasi

berkelanjutan umumnya merujuk pada *green development*, *green real estate development*, *green communities*, dan *sustainable build development*. Komunikasi berkelanjutan merujuk pada perubahan sosial kearah positif dan praktek dalam masyarakat tertentu untuk keuntungan masyarakat.

Peran media yang utama adalah untuk mengedukasi masyarakat. Bagaimana kita membuat orang peduli terhadap isu-isu penting yang ada di sekitar kita, kita harus mensosialisasikan, mempromosikan, dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pemberdayaan.

Bagi komunikasi pembangunan berkelanjutan, peran media adalah untuk menyuarakan pendapat mereka, apa yang mereka inginkan dan harapkan. Media juga memiliki peran aktif dalam mendiseminasikan pengetahuan bagi pembangunan berkelanjutan.

Terdapat banyak media dan peralatan teknologi komunikasi untuk mempromosikan *sustainable community development*, selain media konvensional seperti televisi dan radio. Internet juga berperan dalam saluran komunikasi baru. Radio lokal merupakan peralatan komunikasi yang berperan besar dan sangat berpengaruh karena dapat menyediakan informasi sesuai aksesibilitas, pencapaian target, dan kemampuan untuk memfasilitasi kebutuhan masyarakat lokal.

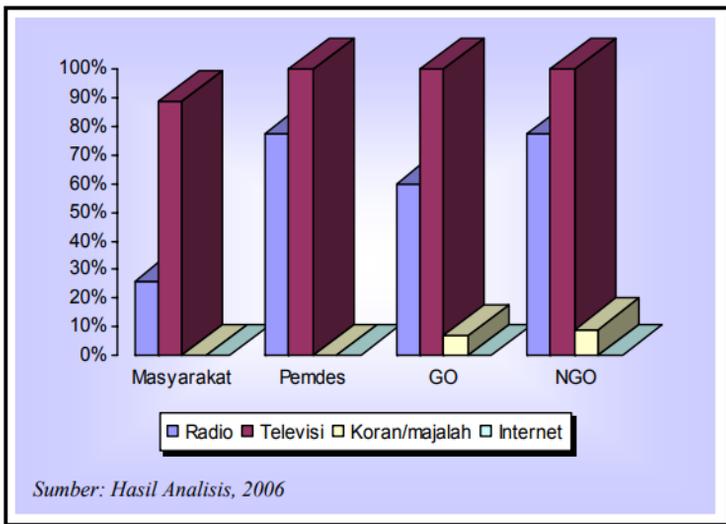
Namun dalam konteks kekinian, pendapat atau kesimpulan di atas sepertinya perlu dipikirkan serta dipertimbangkan lagi. Apakah media atau teknologi yang digunakan (dapat tetap dianggap sebagai media) sesuai dengan karakteristik masyarakat lokal sekarang? Karena di setiap tempat bisa jadi kita temukan media-media

yang menempati sentral sangat berbeda-beda. Termasuk asumsi ataupun data-data penelitian yang ada (dari berbagai sumber: individu ataupun institusi) yang menunjukkan bahwa internet sudah meng-*cover* sebagian besar di dunia, termasuk Indonesia. Penelidikan secara lebih benar dan kontekstual kesesuaian informasi-informasi tersebut sangat krusial, mengingat media tersebutlah yang akan menjadi kunci penting dalam penyebaran informasi, guna mendapatkan respons yang diharapkan atas kegiatan pembangunan di daerah yang dimaksud.

Apalagi jika kita berbicara masyarakat dan teknologi, dalam hal ini media massa sebagai penopang pembangunan yang dilakukan di daerah-daerah yang seringkali keberadaan dan penggunaan teknologi di tempat-tempat tersebut tidak optimal, bahkan bisa jadi tidak digunakan atau dianggap penting oleh masyarakat. Karena orientasi dan pandangan masyarakatnya bisa jadi belum melihat secara nyata kontribusi teknologi atau media massa bagi pengembangan kehidupan mereka. Bahkan bisa jadi dianggap menyusahakan mereka karena secara tidak langsung untuk menggunakan media atau teknologi tersebut paling tidak diperlukan keterampilan-keterampilan yang sesuai dengan platform media yang digunakan sebagai penyebar informasi dan pendidikan bagi masyarakat tersebut.

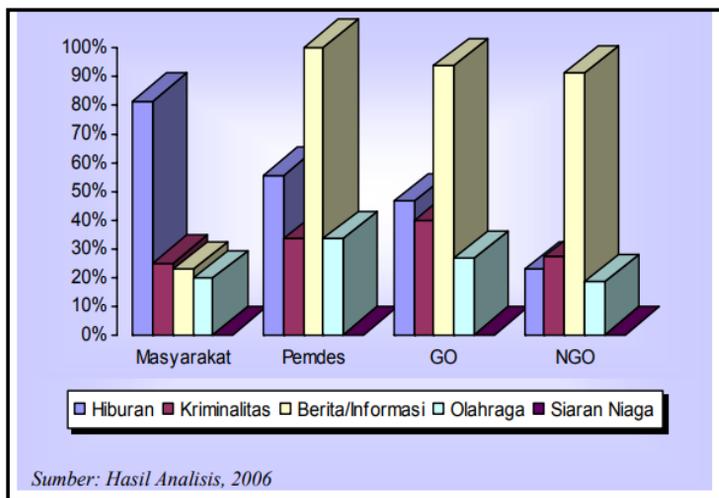
Perkembangan teknologi dan masyarakat biasanya suatu alur sejalan. Karena seringkali kita temukan suatu teknologi dibuat dengan latar belakang budaya dimana teknologi tersebut ditemukan, dikembangkan dan disebarkan kepada masyarakat. Meskipun pada awalnya bermula dari para inventor dan inovator-inovator yang

jika kita melihat pada hasil temuan para peneliti difusi inovasi jumlahnya (para inventor dan innovator) sangatlah sedikit sekali. Dengan begitu sebenarnya kita bisa fahami, proses pembangunan, penerimaan dan keikutsertaan masyarakat atas pembangunan yang dilakukan di daerah-daerah sangatlah beragam dan bisa dikatakan setiapnya memiliki strategi *communication development* yang khusus dan unik, yang bisa jadi tidak berlaku di tempat lainnya. Tidak melulu internet powerful di masyarakat Indonesia, misalnya apa yang ditemukan oleh Mahmud (2006) yang mendapatkan media komunikasi konvensional, radio dan televisi masih menempati posisi satu dan dua di masyarakat Indonesia, daerah pesisir Utara Jawa Tengah.



Sumber Mahmud (2006): Kepemilikan Media Massa

Penggunaan atau kepemilikan masyarakat atas media massa tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda, ada untuk mencari hiburan, mencari informasi, memantau tindakan kriminalitas, olahraga, ataupun siaran niaga. Hal ini bisa difahami, dimana masyarakat di daerah tersebut dengan karakteristik individu dan lokasi mereka yang tidak lepas dari aktivitas rutinitas mereka tetap memerlukan hiburan dan informasi selain yang berkaitan dengan keseharian mereka dan tidak mereka dapatkan dari lingkungan sekitar mereka.



Sumber Mahmud (2006): Muatan media yang paling disukai

Itulah sebabnya, seperti juga skema-skema pembangunan dan komunikasi pembangunan yang banyak terpublikasi, dikenalkan dan diterapkan di beberapa daerah memang berangkat dari suatu grand design yang universal, namun pada praktiknya taktik-taktik dan strategi teknis di lapangan akan menyesuaikan dengan kontekstualisasi dan situasi in situ. Nilai-nilai dan orientasi keagamaan bisa jadi merupakan elemen penting bagi pembangunan dan komunikasi pembangunan di daerah-daerah di Indonesia. meskipun pada praktiknya dan dalam banyak riset terkait belum banyak disinggung dan dieksplorasi di seluruh daerah dimana pembangunan dilakukan, sebelum akhirnya ditarik kesimpulan umum guna memberikan informasi yang proposional dan relevan.

INFORMASI BAGI MASYARAKAT LOKAL

Media massa merupakan unsur paling strategis dalam menentukan serta mendorong proses perubahan kearah pengembangan demokrasi dan tata kelola pemerintahan yang baik di Indonesia. Media massa sebagai sarana integrasi dan interaksi memiliki kemampuan yang besar untuk menyebarkan pesan-pesan pembangunan. Media massa selama ini memberikan pengaruh dalam memberitakan tentang isu-isu penting kepada khalayaknya (Choudhury, 2011). *Agenda setting* yang digunakan oleh media memberikan dampak pada masyarakat bahwa media menentukan isu (hal-hal) yang dibicarakan dan dipikirkan oleh masyarakat. Media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pendapat umum (*opini public*) dengan menjaring berita, artikel atau tulisan yang akan disiarkannya (Arianti, 2015).

Studi tentang keefektifan media massa dalam hal ini surat kabar mengenai pembangunan telah menghasilkan kesimpulan, bahwa surat kabar di negara-negara dunia ketiga mampu memainkan peranan yang penting dengan ikut menggerakkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Keberadaan surat kabar menjadi salah satu unsur yang dapat mengubah peran masyarakat dalam pembangunan, terutama bidang pertanian dan pedesaan.

Sejak era reformasi ini, sulit ditemui hasil-hasil studi yang memfokuskan kajiannya terhadap fenomena jurnalisme pembangunan. Jurnalisme pembangunan menepatkan media sebagai agen perubahan (*agent of change*), yang diharapkan mampu mendorong masyarakat tradisional terbelakang menjadi masyarakat modern (Barus 2010). Menurut Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2012) penyebaran media untuk suatu jangka waktu tertentu di suatu wilayah dapat mempercepat dan memperbaiki pelaksanaan suatu proyek yang bertujuan menginformasikan dan memotivasi masyarakat yang terpengaruh oleh proyek tersebut. Surat kabar memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak untuk satu waktu, sehingga dinilai efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat untuk mendukung program pembangunan. Peran surat kabar sebagai *agent of change* diharapkan mampu memberi pencerahan untuk masyarakat, artinya pesan yang menerangkan program-program pembangunan secara jelas.

Gagasan utama jurnalisme pembangunan adalah pemberitaan mengenai peristiwa-peristiwa nasional maupun internasional haruslah memberikan kontribusi yang positif kepada pembangunan negeri bersangkutan

(Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2012). Fokus utama jurnalisme pembangunan bukan pada berita sehari-hari, melainkan proses-proses pembangunan jangka panjang.

Tema berita pembangunan diklasifikasikan sebagai berikut (Arianti, 2015):

1. Pembangunan, identifikasi terhadap pemberitaan yang berkenaan dengan penataan aturan-aturan, tindakan-tindakan yang diambil berkenaan dengan pembangunan dan bermuatan hukum. Misalnya masalah perijinan terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pembangunan, penertiban sehubungan dengan kegiatan yang menyangkut pembangunan, termasuk pula proses hukum akibat kegiatan yang berkenaan dengan pembangunan dan sebagainya yang sejenis.
2. Kebijakan pembangunan, identifikasi terhadap pemberitaan tentang hal-hal yang berhubungan dengan upaya terpadu untuk melaksanakan pembangunan yang meliputi kebijaksanaan pemanfaatan, penataan, penelitian, pengawasan, pengendalian, pemulihan, dan pengembangan pembangunan. Misalnya kegiatan-kegiatan loka karya, seminar, pembahasan-pembahasan tentang pembangunan, studi perbandingan termasuk program-program pembangunan dan seluruh produk yang dihasilkannya seperti Peraturan Daerah, Surat Keputusan, dan sebagainya yang sejenis.
3. Pendidikan pembangunan, identifikasi terhadap pemberitaan yang berkenaan dengan upaya-upaya untuk meningkatkan pemahaman terhadap pembangunan, seperti kampanye, sosialisasi, pembinaan dan bimbingan kepada masyarakat berke-

- naan dengan kegiatan pembangunan.
4. Dampak pembangunan, identifikasi terhadap berita-berita yang berkenaan dengan kegiatan pembangunan.
 5. Konflik pembangunan, identifikasi terhadap berita-berita yang berkenaan dengan konflik pemanfaatan sumber daya (air, darat, udara), keluhan, kritik, protes, demo yang berkenaan dengan kegiatan pembangunan dan sebagainya.
 6. Budaya, identifikasi terhadap pemberitaan yang berkenaan dengan kearifan lokal (*indigenous local*).
 7. Kelembagaan, identifikasi terhadap pemberitaan berkenaan dengan infrastruktur yang ada baik yang formal maupun informal.
 8. Partisipasi pembangunan, identifikasi terhadap pemberitaan mengenai aktifitas masyarakat baik pribadi atau kelompok dalam kegiatan-kegiatan pembangunan dan sebagainya yang sejenis.
 9. Propaganda, identifikasi terhadap pemberitaan yang terkait dengan pencitraan buruk terhadap pembangunan.

Salah satu surat kabar lokal yang menyajikan pemberitaan pembangunan adalah Surat Kabar Radar Bogor. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arianti (2015) menyatakan bahwa tema berita yang paling disukai oleh pembaca surat kabar Radar Bogor adalah tema pembangunan. Berita pembangunan adalah identifikasi terhadap pemberitaan yang berkenaan dengan penataan aturan-aturan, tindakan-tindakan yang diambil berkenaan dengan pembangunan dan bermuatan hukum. Contoh masalah perizinan terhadap kegiatan-

kegiatan yang berhubungan dengan pembangunan, pe-
nertiban sehubungan dengan kegiatan yang menyangkut
pembangunan, termasuk pula proses hukum akibat
kegiatan yang berkenaan dengan pembangunan dan se-
bagainya yang sejenis. Berita pembangunan yang
disajikan surat kabar Radar Bogor menjadi tema yang
disukai oleh pembaca karena tema berita tersebut
menyajikan informasi yang berkaitan dengan wilayah
Bogor. Pembaca merasa penting mengetahui pem-
bangunan apa saja yang terjadi di wilayahnya.

Radio sebagai Pusat Informasi Pembangunan Pedesaan

Pusat Informasi Pembangunan Pedesaan memiliki
peran yang sangat besar dalam menyediakan, menyim-
pan, menyebarkan, dan membantu aplikasi pengetahuan
baru seputar pembangunan pedesaan, kepada masyara-
kat pedesaan sebagai subjek pembangunan itu sendiri.
Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan media
komunikasi yang saat ini telah banyak berkembang dan
digunakan secara luas.

Media komunikasi adalah alat untuk membantu
menggabungkan saluran komunikasi yang berbeda da-
lam transportasi sinyal teks, visual, audio, sentuhan dan/
atau penciuman (Leeuwis, 2009). Salah satu media
komunikasi yang dapat digunakan untuk desiminasi in-
formasi kepada masyarakat adalah media massa radio.

Radio tampaknya merupakan alat komunikasi
massa yang sesuai untuk mendidik para petani dari
keterbelakangan teknologi dalam bidang pertanian. Ada-
pun alasan penggunaan media radio, yakni dapat men-
jangkau banyak orang dalam waktu yang sama, menum-
buhkan pemikiran pada para pendengar tentang masa-

lah yang sedang hangat dihadapi, dan menyebarluaskan informasi secara cepat dalam keadaan darurat.

Cara yang dapat ditempuh untuk mencapainya adalah sebagai berikut (Wiraatmadja, 1977): (1) tumbuhkan kegemaran untuk mendengarkan radio secara berkelompok di pedesaan, (2) tumbuhkan kegemaran untuk mendengarkan siaran pedesaan, (3) tumbuhkan kegemaran untuk berkorespondensi dengan studio radio atau dengan dewan pembina siaran pedesaan guna mengemukakan keinginan, keperluan, dan pendapatnya, (4) penyuluh juga harus sering berhubungan dengan studio radio, (5) acara-acara yang menarik supaya diumumkan terlebih dahulu, (6) mengirimkan secara teratur berita, cerita, dan pandangan tentang hal-hal yang terjadi setempat kepada studio radio, (7) usahakan partisipasi dari orang-orang daerah yang berbakat untuk mengisi acara radio.

Manfaat metode dengan menggunakan radio ini adalah dapat menjangkau banyak orang dengan biaya rendah, penyebarluasan informasi tentang harga pasar dan panca usaha padi, dapat disajikan banyak topik dan banyak pengalaman orang-orang, obrolan para spesialis dapat memenuhi tujuan pendidikan, hiburan dapat pula disajikan sebagai selingan, dan orang-orang berbakat setempat mendapat kesempatan muncul di muka umum (Wiraatmadja, 1977).

Radio merupakan sebuah bentuk organisasi perusahaan. Penyelesaian pekerjaan di radio melibatkan banyak personil yang dapat membantu menyelesaikan produk yang berkualitas. Personil dalam radio dengan segala latar belakang kemampuannya, mampu menuangkan segala ide dan gagasan. Radio umumnya

telah menjadi media massa utama yang dimiliki oleh penduduk. Sedangkan istilah “radio siaran” berasal dari kata *radio broadcast* (Inggris) atau *radio omroep* (Belanda) artinya yaitu penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media. Radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas. radio komunitas memberikan akses informasi dan teknologi bagi kelompok tertentu. Salah satunya adalah radio komunitas pertanian.

Akses terhadap informasi pasar dan teknologi pertanian menjadi hal yang sangat penting demi kelangsungan usahatani yang dilaksanakan. Informasi yang dibutuhkan oleh petani merupakan informasi yang telah matang yang bermanfaat bagi petani untuk peningkatan kesejahteraannya. Untuk menjembatani lembaga penelitian dan pengembangan bidang pertanian sebagai penghasil teknologi pertanian dan informasi pasar dengan pelaku usahatani di perdesaan, perlu dikembangkan suatu lembaga yang menanganinya secara khusus.

Radio Pertanian Ciawi atau yang lebih dikenal dengan RPC merupakan radio masyarakat pertanian yang dikembangkan dalam rangka mewujudkan keseimbangan komunikasi antara pihak pengambil kebijakan dengan masyarakat melalui program siaran pertanian. RPC merupakan salah satu lembaga yang potensial ditujukan untuk menangani penyebaran informasi pengetahuan kepada khalayak penduduk perdesaan yang sebagian besar masyarakat pertanian.

Berita Pembangunan dalam Surat Kabar

Berita yang disediakan oleh media massa adalah sumber informasi yang paling penting tentang urusan publik di masyarakat demokratis modern. Industri media memainkan peran yang mendasar dalam menjaga keputusan informasi mereka, dan juga pada isu-isu dan peristiwa yang berkaitan dengan pengambilan keputusan publik. Salah satu hal yang paling penting tentang berita di media massa adalah hipotesis *agenda setting*, di mana editor dan jurnalis memiliki tingkat kebebasan yang tinggi dalam menentukan apa yang layak diberitakan dan apa yang tidak, dan pilihan ini mempengaruhi persepsi masyarakat tentang isu-isu relevan. Terdapat beberapa unsur-unsur dalam berita (Larcinese *et al.*, 2011; Castrechini *et al.*, 2014) di antaranya:

1. Pemilihan topik. Ini merupakan cara dan urutan menyajikan topik di media cetak, elektronik dan digital yang harus mengikuti sejumlah norma-norma dan kriteria. Norma-norma dan kriteria tergantung pada sosial dan budaya waktu dan ruang, sebagian pada integrasi ekonomi global. Keberadaan topik meningkatkan probabilitas bahwa berita akan diterbitkan yang akan mempengaruhi nilai ekonomi suatu berita. Topik berita berdasarkan kategori berita yang tidak bias, akurat, lengkap, jelas, menarik, berita informatif dan benar, memiliki kemampuan mendidik, berasal dari sumber yang dapat dipercaya dan jujur.
2. Nilai berita. Hal ini dibagi berdasarkan: kepentingan, kedekatan, sifat dramatis dan nilai

negatif, penekanan terhadap sesuatu dapat menarik perhatian dan minat penonton.

3. Aktualisasi dan urgensi berita. Pembaca menganggap suatu peristiwa penting dalam waktu tertentu (misalnya masalah politik, ekonomi, ekologi, dan budaya) umumnya dipandang sebagai topikal mendesak. Contoh dari aktualisasi dan urgensi adalah pada saat darurat nasional, atau dalam waktu perang atau krisis politik. Aktualisasi terdiri dari sesuatu yang baru saja terjadi dan sedang ramai dibicarakan, serta diberitakan secepatnya. Urgensi merupakan berita yang penting dan mendesak untuk diketahui khalayak.

Selain ketiga hal tersebut, aspek lain yang terdapat di dalam sebuah berita adalah ketersediaan berita (ini berkaitan dengan kesempatan untuk diperhatikan oleh mediator), frekuensi (seberapa penting menyajikan berita, dan berita dengan durasi yang lebih lama dianggap menjadi nilai yang lebih tinggi).

Berita dengan intensitas emosional yang kuat, baik positif maupun negatif, mungkin tercantum di antara nilai-nilai berita. Perhatian dan minat pembaca berdasarkan pada beberapa aspek berikut: berita negatif (seperti kematian, kecelakaan mobil, kecelakaan, bencana alam, kejahatan, melanggar hak asasi, dan konflik perang), berita hiburan (*infotainment* dan olahraga), konflik dan kontroversial berita (pembaca disediakan informasi dengan pandangan yang bertentangan terhadap suatu hal), dan berita yang dapat diantisipasi atau berita yang jelas (jenis berita yang berhubungan dengan peristiwa-peristiwa yang tidak

meningkatkan keraguan ketika dilaporkan). Para pembaca juga tertarik dengan berita yang tak terduga dan luar biasa. Secara luas diketahui bahwa emosi memiliki dampak pada cara di mana realitas dapat diproses dan diingat terutama untuk emosi negatif (di antaranya rasa takut, khawatir dan ancaman). Selain itu, dikenal pula berita yang berdimensi pembangunan.

McQuail seperti dikutip Kusumaningrat (2012) menjelaskan bahwa terdapat teori pers pembangunan yang dikaitkan dengan negara-negara Dunia Ketiga yang tidak memiliki ciri-ciri sistem komunikasi yang sudah maju, seperti berikut ini: infrastruktur komunikasi, keterampilan-keterampilan profesional, sumberdaya-sumberdaya produksi dan kultural, serta audiens yang tersedia. Tujuan dari negara-negara Dunia Ketiga adalah pembangunan, sehingga pers harus digunakan secara positif dalam pembangunan nasional, untuk otonomi dan identitas kebudayaan nasional.

Gagasan utama jurnalisme pembangunan adalah pemberitaan mengenai peristiwa-peristiwa nasional maupun internasional haruslah memberikan kontribusi yang positif kepada pembangunan negeri yang bersangkutan (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2012). Fokus utama jurnalisme pembangunan bukan pada berita sehari-hari, melainkan pada proses-proses pembangunan jangka panjang. Tema-tema berita pembangunan dapat diklasifikasi sebagai berikut:

1. Pembangunan, identifikasi terhadap pemberitaan yang berkenaan dengan penataan aturan-aturan, tindakan-tindakan yang diambil berkenaan dengan pembangunan dan bermuatan hukum. Misalnya masalah perizinan terhadap kegiatan-kegiatan

yang berhubungan dengan pembangunan, termasuk pula proses hukum akibat kegiatan yang berkenaan dengan pembangunan dan sejenisnya.

2. Kebijakan pembangunan, identifikasi terhadap pemberitaan tentang hal-hal yang berhubungan dengan upaya terpadu untuk melaksanakan pembangunan yang meliputi kebijaksanaan pemanfaatan, penataan, penelitian, pengawasan, pengendalian, pemulihan, dan pengembangan pembangunan. Misalnya kegiatan lokakarya, seminar, pembahasan-pembahasan tentang pembangunan, studi perbandingan termasuk program-program pembangunan dan seluruh produk yang dihasilkannya seperti Peraturan Daerah, Surat Keputusan, dan sebagainya.
3. Pendidikan pembangunan, identifikasi terhadap pemberitaan yang berkenaan dengan upaya-upaya untuk meningkatkan pemahaman terhadap pembangunan, seperti kampanye, sosialisasi, pembinaan dan bimbingan kepada masyarakat berkenaan dengan dengan kegiatan pembangunan.
4. Dampak pembangunan, identifikasi terhadap berita-berita yang berkenaan dengan kegiatan pembangunan.
5. Konflik pembangunan, identifikasi terhadap berita-berita yang berkenaan konflik pemanfaatan sumberdaya (air, darat, udara), keluhan, kritik, protes, demonstrasi yang berkenaan dengan kegiatan pembangunan dan sebagainya.
6. Budaya, identifikasi terhadap berita-berita yang berkenaan dengan kearifan lokal (*indigeneous wisdom*).

7. Kelembagaan, identifikasi terhadap berita-berita yang berkenaan infrastruktur yang ada, baik formal maupun informal.
8. Partisipasi pembangunan, identifikasi terhadap pemberitaan yang berkenaan aktivitas masyarakat baik pribadi atau kelompok dalam kegiatan-kegiatan pembangunan dan sebagainya yang sejenis.
9. Propaganda, identifikasi terhadap pemberitaan yang terkait dengan pencitraan buruk terhadap pembangunan.

Indikasi kehidupan surat kabar yang sebagian besar memang tidak diatur pemerintah dalam mengimplementasikan jurnalisme pembangunan, maka surat kabar bebas dalam menentukan bentuk pemberitaannya. Hal ini tentu saja akan berdampak pada kualitas berita yang tidak proporsional. Surat kabar saat ini berusaha untuk menyajikan pemberitaan yang dapat meningkatkan oplahnya, sehingga berita yang disajikan merupakan berita yang memiliki nilai jual.

Penentuan informasi maupun berita pembangunan pada surat kabar Radar Bogor, misalnya, diharapkan tidak hanya berdasarkan pada pedoman kebijakan redaksional surat kabar saja. Pembaca dalam hal ini memiliki peran yang penting untuk menentukan informasi dan berita pembangunan yang mereka butuhkan. Surat kabar Radar Bogor, harus mengetahui informasi dan berita pembangunan apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat Bogor umumnya.

***Cyber Extensions* sebagai Media Komunikasi**

Teknologi informasi dan komunikasi seperti internet telah merevolusi cara kita bekerja dengan informasi dan mengkomunikasikannya dengan orang lain. Tingginya tingkat adopsi teknologi tersebut, telah mengubah kebiasaan kita baik di tempat kerja maupun di lingkungan rumah tangga menjadi arena yang semakin bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi dalam tugas sehari-hari. Teknologi informasi dan komunikasi adalah salah satu saluran atau media komunikasi, sehingga dapat dinyatakan bahwa *cyber extension* yang mensinergikan teknologi informasi dan komunikasi dalam komunikasi inovasi merupakan media baru atau sebagai suatu inovasi.

Cyber extension adalah mekanisme pertukaran informasi pertanian melalui area *cyber*, suatu ruang imajiner-maya di balik interkoneksi jaringan komputer melalui peralatan komunikasi. *Cyber extension* ini memanfaatkan kekuatan jaringan, komunikasi komputer dan multimedia interaktif untuk memfasilitasi mekanisme berbagi informasi atau pengetahuan (Wijekoon *et al.* 2009).

Kelemahan keterkaitan antara penyuluhan, penelitian, jaringan pemasaran dan keterbatasan efektivitas penelitian dan penyuluhan bagi petani memberikan kontribusi negatif pada pembangunan pertanian. *Cyber agricultural extension* sudah mulai diterapkan di banyak Negara sebagai suatu mekanisme penyaluran informasi melalui aplikasi teknologi informasi untuk mencukupi keterbatasan akses petani di perdesaan terhadap informasi yang dibutuhkannya (Mulyandari *et al.* 2010).

Model komunikasi *cyber extension* mengumpulkan atau memusatkan informasi yang diterima oleh petani dari berbagai sumber yang berbeda maupun yang sama dan disederhanakan dalam bahasa lokal disertai dengan teks dan ilustrasi audio visual yang dapat disajikan atau diperlihatkan kepada seluruh masyarakat desa khususnya petani semacam papan pengumuman (*bulletin board*) pada kios atau pusat informasi pertanian. Keuntungan yang potensial dari komunikasi *cyber extension* adalah ketersediaan yang secara terus menerus, kekayaan informasi (informasi nyaris tanpa batas), jangkauan wilayah internasional secara instan, pendekatan yang berorientasi kepada penerima, bersifat pribadi (individual), serta menghemat biaya, waktu, dan tenaga (Adekoyaa, 2007).

Rogers (2003) dan diperjelas oleh Browning (2008) terkait dengan karakteristik *cyber extension* sebagai suatu inovasi adalah:

1. Keuntungan relatif teknologi informasi dalam implementasi *cyber extension* adalah derajat seberapa lebih baiknya sinergi aplikasi teknologi informasi dalam implementasi *cyber extension* yang digunakan dibandingkan dengan saluran atau media yang digantikan. Keuntungan relatif dapat direpresentasikan dengan nilai ekonomi.
2. Kompatibilitas dari sinergi aplikasi teknologi informasi dalam implementasi *cyber extension* merupakan derajat dimana suatu inovasi dapat konsisten dengan praktik, nilai, dan pengalaman masa lalu dari pengadopsi potensial. Dalam kasus tertentu, alat *Web* yang lebih memungkinkan pengguna untuk meng-*upload* dokumen yang

sebelumnya telah dibuat dalam pengolahan kata akan lebih cenderung mudah diadopsi dibandingkan dengan alat *Web* yang masih membutuhkan instruktur untuk materi kursus yang perlu diketik ulang.

3. Kompleksitas *cyber extension* adalah sejauh mana sinergi aplikasi teknologi informasi dalam implementasi *cyber extension* dianggap sulit dipahami, diterapkan, dan digunakan. Teknologi informasi cenderung akan diadopsi dalam lingkungan proses pembelajaran apabila mudah beradaptasi (kompleksitasnya rendah).
4. Kemudahan *cyber extension* untuk dapat dicoba yaitu seberapa besar kemungkinan sinergi teknologi informasi dalam implementasi *cyber extension* informasi dapat dicoba dalam lingkungan yang terbatas. Dalam satu kasus, untuk mempelajari dasar-dasar *Website* memerlukan periode waktu yang singkat. Namun untuk mempelajari dan memanfaatkan perangkat lunak secara penuh perlu waktu yang lebih lama dibandingkan dengan aplikasi biasa.
5. Kemudahan sinergi aplikasi teknologi informasi dalam implementasi *cyber extension* untuk dilihat hasilnya yaitu seberapa besar sinergi aplikasi teknologi informasi dalam implementasi *cyber extension* mampu memberikan hasil yang dapat dilihat. Hasil dari beberapa ide mudah diamati dan dikomunikasikan kepada orang lain, sedangkan beberapa inovasi sulit untuk diamati dan dideskripsikan. Kursus secara *online* dengan mensinergikan aplikasi teknologi informasi

tampaknya sangat mudah dilihat hasilnya dan lebih menguntungkan sehingga lebih cenderung untuk diadopsi.

Salah satu contoh *cyber extentions* adalah pengembangan sumber informasi pertanian nasional dan lokal *Poor Farmers' Income Improvement through Innovation Project* (PFI3P) atau Program Peningkatan Pendapatan Petani melalui Inovasi (P4MI) merupakan sebuah program Departemen Pertanian dengan dana dari Loan ADB yang dilaksanakan oleh Badan Litbang Pertanian. P4MI dilakukan dengan mengembangkan *website* informasi pertanian di tingkat nasional, membangun pusat informasi pertanian lokal di tingkat kabupaten yang disebut dengan Unit Pelayanan Informasi Pertanian Kabupaten (UPIPK), serta menyediakan informasi pasar dan informasi teknologi pertanian dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi.

UPIPK berfungsi sebagai sumber utama untuk pertukaran informasi dimana kontak tani dapat memperoleh informasi yang berguna dan sesuai dengan inovasi produksi dan pemasaran (Mulyandari, 2010). Manfaat *cyber extentions* bagi masyarakat adalah memungkinkan masyarakat memiliki peluang yang lebih besar dan berkembang menjadi masyarakat yang berbudaya informasi dan berpengetahuan (*knowledge based society*). Selanjutnya dengan informasi dan pengetahuan yang dimilikinya, masyarakat dapat memperkaya inovasi pertanian yang dimilikinya untuk mendukung usaha agribisnis.

KOMUNIKASI HOLISTIK PEMBANGUNAN AGAMA

Bicara tentang pembangunan apalagi yang berkelanjutan di Indonesia, sepertinya agama tidak dapat dipisahkan dan ditinggalkan. Ibarat membuat sayur atau masakan tanpa rasa menjadi hambar dan tidak bernilai, jika agama tidak juga disinggung atau masuk di dalamnya.

Agama Islam memiliki peran penting dalam pembangunan di masyarakat. Lihat saja sejumlah pengalaman dan temuan yang ada, berapa banyak masyarakat pedesaan yang tadinya tidak mementingkan pendidikan sebagai kunci dalam pembangunan termasuk di pedesaan terganggu hati dan pikirannya karena agama. Banyak da'i ataupun tokoh-tokoh agama di daerah yang menyinggung pendidikan ataupun aspek-aspek lainnya dilihat dari perspektif dan nilai-nilai agama.

Namun seringkali, agama di tahun-tahun belakangan ini, menjadi halangan dan isu sensitif yang menghambat dan mengancam integrasi masyarakat (bangsa secara luas). Beberapa kejadian yang menyinggung isu-isu agama padahal bisa jadi bukan masalah agama membuat masyarakat berada dalam kondisi kebingungan dan ketakutan atas pembicaraan dan praktik-praktik agama, khususnya Islam yang dibenturkan dengan agama lain, atau Islam dibenturkan dengan nilai-nilai kemanusiaan universal. Karena pada dasarnya, Islam tidak mengajarkan umatnya untuk melakukan perusakan, meskipun dalam peperangan. Hal ini seperti yang bisa kita temukan dalam riwayat tentang larangan bagi umat Islam melakukan perusakan, baik dalam peperangan ataupun dalam kondisi damai. Bahkan dalam ayat al-Quran bisa kita temukan bahwa Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Untuk menghindari perusakan baik yang disengaja ataupun tidak disengaja, Islam menuntut umatnya untuk menjadi pintar dan memiliki pemikiran yang baik, dan ini hanya bisa kita dapatkan melalui jalur pendidikan dalam arti luas, yaitu bisa didapatkan dan dikembangkan melalui pendidikan informal, non formal ataupun non formal.

Untuk pendidikan misalnya, dinyatakan bahwa setiap muslim memiliki kewajiban menuntut ilmu (Hadits). Di penjelasan lainnya juga disinggung bahwa menuntut ilmu itu sepanjang hayat dari mulai lahir hingga ke liang lahat (meninggal). Dengan dalil-dalil atau penjelasan keagamaan terkait pendidikan, maka mereka yang tadinya tidak mementingkan pendidikan terdorong untuk menekuni pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan potensi daerah yang mereka miliki meskipun belum secara baik tersosialisasi dan terprogram di setiap daerah.

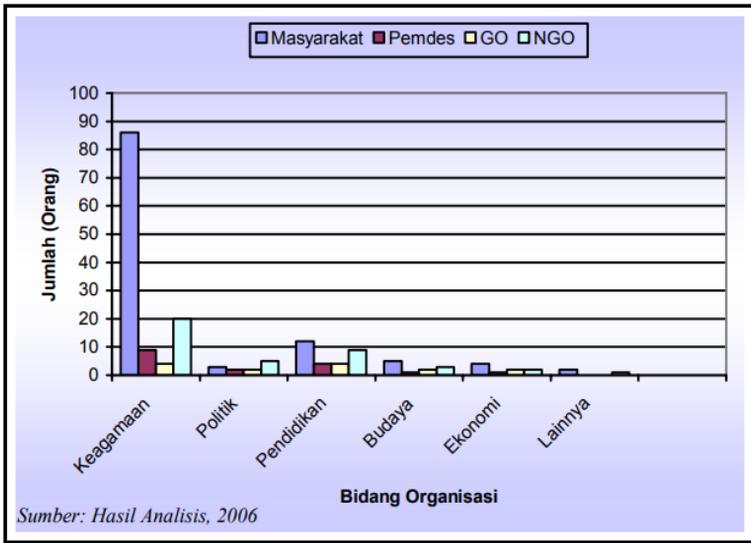
Agama, khususnya Islam dalam banyak ayat al-Quran dan Hadits memang mendorong umatnya, termasuk seruan kepada seluruh manusia untuk menjalani kehidupan yang konstruktif. Tidak hanya berpikir untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang bersifat materiil, tetapi juga memenuhi kebutuhan non materiil seperti melalui kegiatan-kegiatan spiritual agama, baik yang bersifat wajib ataupun pelengkap (sunnah).

Dalam konteks komunikasi pembangunan, Islam jelas menempatkan strategi manajerial dan operasional yang cukup berbeda dengan strategi-strategi *communication development* konvensional yang dapat kita temukan dalam berbagai literatur dan laporan-laporan kegiatannya. Islam menempatkan segala aktivitas tersebut meru-

pakan bagian dari ibadah dan bentuk ketakwaan seorang hamba Tuhan. Konsep takwa, iman, ihsan, islam, ikhlas, *al-falaah* dan lainnya yang diajarkan Islam merupakan sesuatu yang terpisah dari pembangunan yang dilakukan, mulai dari skala mikro, hingga skala makro (global).

Komunikasi agama yang tidak hanya bermuatan tentang informasi-informasi pembangunan yang berkelanjutan jelas menjadi kunci penting yang memperkuat asumsi-asumsi tentang bagaimana pembangunan terinformasikan kepada masyarakat, baik itu perencanaan ataupun eksekusinya di lapangan. Dengan nilai agama dan juga keterlibatan tokoh agama, bukan tidak mustahil pembangunan yang berkelanjutan menjadi suatu agenda bersama antara pemerintah, masyarakat daerah pembangunan serta pihak-pihak yang terkait dengan pembangunan yang dilakukan. Hal ini seperti kita temui secara konseptual teoritik bahwa seluruh *stakeholders* merupakan bagian kunci dari pembangunan. Model keterlibatan ini bisa kita lihat dalam berbagai laporan pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh lembaga-lembaga dunia, misalnya GTZ.

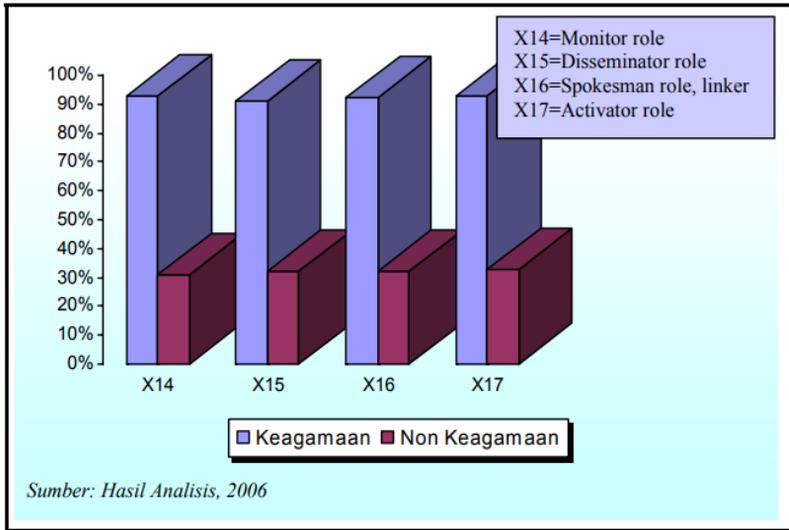
Hal ini misalnya yang ditemukan oleh Mahmud (2006), bagaimana komunikasi agama atau organisasi keagamaan menempati posisi penting di masyarakat Pesisir Utara Jawa Tengah aktivitas keagamaan di daerah tersebut jauh meninggalkan aktivitas lainnya, yaitu politik, pendidikan, ekonomi, budaya, ataupun lainnya.



Sumber Mahmud (2006): Aktivitas Keorganisasian

Dari data tersebut searah dengan bagaimana atau siapa agen perubahan yang penting bagi masyarakat di tempat tersebut, yaitu agen perubahan dalam bidang keagamaan lebih besar daripada non keagamaan.

Dari sini bisa disimpulkan bahwa media yang berkaitan dengan agama, baik itu digunakan oleh tokoh-tokoh agama (*opinion leaders* atau yang semisalnya) di masyarakat tersebut, dan bisa juga terlihat pada aktivitas yang paling dominan di masyarakat tersebut, apakah aktivitas keagamaan ataupun lainnya menjadi bagian tak terpisah dalam rancangan dan implementasi pembangunan di tempat atau bagi masyarakat yang dituju. Temuan-temuan lainnya menunjukkan atau memperkuat kesimpulan bahwa aspek agama masih merupakan bagian penting dalam masyarakat tersebut, dengan begitu komunikasi pembangunan yang direncanakan dan diterapkan baiknya menjadikan agama sebagai suatu yang tidak terpisah darinya.



Sumber Mahmud (2006): Peran Agen Perubahan

Dari model-model pembangunan dan komunikasi konvensional misal yang diajukan oleh GTZ, dalam konteks Indonesia dari temuan Mahmud (2006), secara operasional di lapangan bisa juga diajukan kepada para tokoh agama ataupun kementerian agama ataupun lainnya untuk menjadikan isi pesan komunikasi dakwah mereka bisa di khutbah Jum'at ataupun majelis ta'lim yang ada berbicara tentang pentingnya komunikasi pembangunan, tidak saja dilihat dari perspektif umum dan dunia tetapi juga dari perspektif agama yang tertanam dalam diri individu masyarakat Indonesia secara luas.

Sebagai contoh apa yang dipaparkan oleh Sahida Mohammad dan Sanep Ahmad (2013) dengan berdasarkan kajiannya pada pendapat Khursid Ahmad,

(1980 dan 1992) yang menekankan pembangunan Islam dalam aspek ekonomi (material), kemudian dilengkapi oleh pendapat M. Ramzan Akhtar (1993), Surtahman Kastin Hassan (1995), Abulhassan Muhammad Sadeq (2003), serta Asmuni Mth (2003) dan Joni Tamkin Borhan (2008), sampai pada kesimpulan bahwa pembangunan dalam perspektif Islam harus meliputi semua aspek, dari material fisik, orientasi kerohanian, moral dan nilai-nilai Islam yang meliputi keberkahan, yang dilandasi oleh Keimanan dan Ketakwaan. Pembangunan meliputi tidak hanya sosial dan individual tapi juga orientasi kebaikan di dunia dan di akhirat kelak. Dan sistem pembangunan material menurut Islam juga berbeda dengan sistem komunis yang menganut materialisme *ansich*.

Beberapa penulis atau peneliti lainnya yang melihat komunikasi pembangunan dari perspektif Islam, menekankan pada nilai-nilai yang sama. Misalnya Basir (2004), Mansor dan Kasim (2015) sama-sama menekankan aspek manusia sebagai kunci sentral dalam komunikasi pembangunan dengan nilai-nilai Islam atau ajaran yang merujuk kepada al-Quran dan al-Hadits agar suatu pembangunan bersifat holistik dan tidak hanya berhasil dalam kehidupan dunia namun sebagai pengemban misi kehidupan di dunia.

Dengan manajemen manusia berbasis kepada nilai-nilai Islam dalam merencanakan, mengimplementasikan komunikasi pembangunan, hingga akhirnya juga dapat melibatkan partisipasi masyarakat secara keseluruhan untuk mencapai pembangunan yang sebenarnya dan dipercaya paling baik, maka pembangunan yang dihasilkan tidak hanya bersifat sementara, maka akan

tercapailah pembangunan yang komplit, baik itu secara materi ataupun non-materi. Wujudnya atau eksesnya adalah pembangunan manusia secara keseluruhan, yaitu menghasilkan manusia-manusia yang berakhlak mulia, sebagai pelaku kunci pembangunan materi dan lainnya dalam kehidupan.

Wacana Komunikasi Pembangunan Islam

Dari berbagai bahasasn konseptual teoritis yang telah disampaikan di atas, mulai dari pembahasan apa itu pembangunan, dan bagaimana seharusnya pembangunan dilakukan, hingga komunikasi pembangunan yang seperti apa yang paripurna dapat diambil sebagai suatu strategi perencanaan dan implementasi pembangunan, khususnya dalam konteks Indonesia dan umumnya di berbagai daerah dunia?

Terkait pertanyaan di atas, dari perdebatan yang ada Hasan (2006) menyimpulkan bahwa hal tersebut dikarenakan orientasi keagamaan dan kehidupan mereka tentang sistem yang dianut. Kelompok sekular menganggap bahwa tinjauan sistem pengembangan cukuplah menjadi urusan dan domain di luar agama, sedangkan pendekatan Islami melihat bahwa pembangunan meliputi tidak hanya melakukan pembangunan tanpa mengindahkan nilai-nilai moral, etik, sosial, kompleksitas politik dan ekonomi untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul dalam pembangunan dan pengembangan. Meskipun perdebatan lainnya juga berangkat dari pemaknaan tentang apa yang dimaksud dengan pembangunan adalah berbicara pada aspek material fisik, bukan diluar hal tersebut. Namun kesadaran atas hasil pembangunan fisik semata

yang akhirnya menimbulkan banyak masalah bisa diyakini sebagai alasan mengapa akhirnya pencarian model pembangunan yang tidak hanya mengetengahkan model pembangunan fisik semata, tetapi juga membangun aspek-aspek non-material dan ini terwakili secara tuntas dari sistem yang diambil atau ditawarkan oleh Islam.

Jadi dari penjelasan tersebut, yang mengambil dasar dari berbagai penjelasan-penjelasan teoritis konseptual para penulis dan literatur-literatur yang ada dan tersebar juga diperkuat dengan pemaparan-pemaparan empiris para peneliti pembangunan maka bisa membawa kita pada kesimpulan bahwa jika kita menginginkan pembangunan yang sesuai dengan sifat alamiah manusia ke arah yang lebih baik di mana sebenarnya pembangunan dilakukan untuk manusia, dan manusia terdiri dari elemen fisik dan non fisik, maka sistem ataupun strategi komunikasi pembangunan Islam merupakan alternatif dalam melakukan pembangunan masyarakat, selain melihat taktik-taktik partikular yang sebenarnya juga disampaikan dalam sistem Islam. Karena harus diakui bahwa Islam memberikan panduan secara mikro, meso dan makro bagi manusia, termasuk dalam hal pembangunan dan komunikasi pembangunan.

Dari sini bisa kita sampai pada kesimpulan bahwa sebenarnya secara konseptual teoritis, berdasarkan kepada al-Quran dan al-Hadits bahwa pembangunan yang berkelanjutan merupakan suatu amanah bagi manusia yang telah diangkat oleh Allah, Sang Pencipta satu-satunya, sebagai khalifah di muka bumi untuk mengatur segala potensi yang ada demi ketakwaan kepada Allah dan membangun manusia sebagai suatu cara dan jalan

menuju kebahagiaan yang Islam maksudkan dan ajarkan. Pesan-pesan seperti inilah yang harusnya menjadi suatu rancangan pembangunan berkelanjutan di Indonesia, dan kemudian disosialisasikan dan terus dipertahankan sebagai pegangan dalam melakukan pembangunan, agar pembangunan manusia tidak menuju kepada pembangunan yang parsial, dan mendapatkan berkah dari pembangunan tersebut, serta terbentuk manusia yang baik dunia dan akhirat. Dan dalam konteks daerah-daerah di Indonesia, seringkali agama menjadi konsep kunci yang tidak bisa diabaikan dalam perancangan dan implementasi program pembangunan dan komunikasi pembangunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adekoya AE. 2007. *Cyber extension communication: A strategic model for agricultural and rural transformation in Nigeria*. International journal of food, agriculture and environment. 5 (1): 366-368.
- Baron N. (2008). *Adjusting the volume: Technology and multitasking in discourse control* (pp. 117-194). In J. E. Katz (Ed.), *Handbook of mobile communication studies*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Basir, Siti Arni. (2004). *Pembangunan Sumber Manusia Menurut Perspektif Islam*. Dalam Jurnal Usuluddin, 2004: 211-228 http://e-journal.um.edu.my/filebank/published_article/6888/Jurnal.Usuluddin.19.2004-12.Arni.Sumber.pdf
- Castrechini A, Pol E, Olmos JG. 2014. Media representations of environmental issues: From scientific to political discourse *Revue Europeenne de Psychologie Applique*, siap terbit.
- Effendy OU. 1993. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy OU. 2003. *Ilmi, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hasan, Zubair. (2006). *Sustainable Development from an Islamic Perspective: Meaning, Implications, and Policy Concerns*. J.KAU: Islamic Econ., Vol. 19, No. 1, pp: 3-18 (2006 A.D/1427 A.H)
- Imoh GO. 2013. Application of development communication in Africa's rural development-need for a paradigm shift. *Global Journal of Arts Humanities and Social Sciences*. 1 (4): 15-33.
- Imtihani N. 2014. The mass media role in conflict resolution (A cas study of Kompas daily coverage on

- Aceh conflict 2003-2005). *Environmental Sciences*. 20: 451-458.
- Jahi A. 1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga: Suatu Pengantar*. Jakarta (ID): Gramedia.
- Kheerajit C. Flor AG. 2013. Participatory development communication for natural resources management in Ratchaburi Province, Thailand. *Social and Behavioral Sciences*. 103: 703-709.
- Leeuwis, Cees. 2009. *Komunikasi untuk Inovasi Pedesaan*. Yogyakarta : Kanisius.
- Mahmud, Amir. (2006). *Model Komunikasi Pembangunan Dalam Penyediaan Prasarana Perdesaan di Kawasan Pesisir Utara Jawa Tengah (Studi Kasus Desa Morodemak dan Purwosari Kabupaten Demak)*. Tesis, Semarang: Program Pascasarjana – Universitas Diponegoro. http://eprints.undip.ac.id/15352/1/Amir_Mahmud.pdf
- Mansor, Fadillah dan Tengku Sarina Aini Tengku Kasim. (2015). *Pembangunan Modal Insan Dari Perspektif Pengurusan Islam*. http://e-journal.um.edu.my/filebank/published_article/2946/85-109%20Fadilah.pdf
- McQuail D. 1994. *Communication Models for The Study of Mass Communication, 2nd edition*. New York: Logman.
- McQuail D. 2000. *Mass Communication Theory, 4th edition*. United State of America: Sage Publications.
- Mulyandari, R. S. H. 2010. *Cyber Extension Sebagai Media Komunikasi dalam Pemberdayaan Petani Sayuran*. [disertasi] Program Pascasarjana, Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Nasution Z. 2007 *Komunikasi Pembangunan Pengenala Teori dan Penerapannya*. Jakarta: Raja Grafindo

Persada.

Paper Pembangunan Menurut Perspektif Islam: Satu Analisis Awalan (*Development from Islamic Perspective: An Interim Analysis*). 2013. Dalam Prosiding Per-sidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke VIII (PERKEM VIII) “Dasar Awam Dalam Era Transformasi Ekonomi: Cabaran dan Halatuju” Johor Bahru, 7–9 Jun 2013, VIII, JILID 1 diakses dari <http://www.ukm.my>

Pavelka J. 2004. The factor effecting the presentation of events and teh media coverage of topick in the mass media. *Social and Behavioral Sciences*. 140: 623-629.

Rogers EM. 2003. Diffusion of innovations (5th ed). New York: The Free Press.

Wijekoon RSEM.F, M Rizwan, RMM Sakunthalarathanayaka, HG Anurarajapa. 2009. *Cyber Extension: An Information and Communication Technology Initiative for Agriculture and Rural Development in Sri Lanka*. Diunduh dari <http://www.fao.org>

Wiriaatmadja S. 1973. *Pokok-Pokok Penyuluhan Pertanian*. Jakarta: CV Yasaguna.