

**EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI KONSULTAN DALAM  
PROGRAM BANTUAN LANGSUNG MASYARAKAT PNPM  
MANDIRI PERKOTAAN DI KOTA RAHA KABUPATEN MUNA**

Oleh:  
Nur Atnan  
Dosen Universitas Telkom

**ABSTRACT**

*The objectives of this research was to identify the effectiveness of consultant's communication strategy in giving proper comprehension to the society about BLM PNPM-MP and to identify the effectiveness distinction of the four applied communication methods in communication strategy, that are informative method, educative method, persuasive method and mixed method (informative and persuasive methods).*

*The method used in this research was mixed method (Quantitative and Qualitative). The total number of samples in this research were 30 for each communication method applied and determining randomly. The informant for qualitative approach consisted of 6 respondents. The data of the research were analyzed using descriptive statistic and anova.*

*The results of the research showed that the consultant's communication strategy was ineffective because every communication methods applied still used single media strategy. From four communication methods applied, educative method had higher such as informative method, persuasive method and mixed method (informative and persuasive methods).*

*Keyword : effectiveness, strategy, communication, BLM PNPM-MP Program*

**A. PENDAHULUAN**

Salah satu unsur penting dalam pelaksanaan BLM PNPM-MP adalah Konsultan. Salah satu peran konsultan adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang BLM PNPM-MP, sehingga fungsi sosialisasi sangat dominan diperankan oleh mereka. Pemahaman masyarakat terhadap program PNPM-MP juga tidak terlepas dari peran dan tanggungjawab mereka.

Menarik apa yang terjadi di Kabupaten Muna. Pengendali program BLM PNPM-MP di Kabupaten Muna adalah konsultan kabupaten yang diketuai oleh seorang karkot (kordinator kota). Dalam pengamatan penulis, konsultan menggunakan strategi single media. Strategi tersebut diterapkan dalam dua model arus komunikasi, yaitu *one-step flow model* (satu tahap) dan *two-steps flow model* (dua tahap). Dalam *one-step flow model* media yang digunakan adalah poster melalui metode informatif. Dalam *two-steps flow model* media yang digunakan adalah

*face to face communication* melalui metode edukatif pada saat konsultan menjelaskan program kepada pemuka kepentingan dan metode persuasif pada saat pemuka kepentingan yang berperan sebagai komunikator lokal menjelaskan kepada masyarakat.

Strategi komunikasi yang digunakan konsultan dalam program BLM PNPM-MP di Kabupaten Muna harusnya mampu memberikan pemahaman yang baik kepada masyarakat tentang program BLM PNPM-MP. Pertimbangannya adalah konsultan mengkombinasikan *one-step flow model* dan *two-steps flow model*. Kombinasi ini bisa menjawab berbagai persoalan komunikasi dalam kondisi masyarakat yang sifatnya masih tradisional. Kecamatan Katobu yang menjadi sasaran program ini masih masuk dalam kategori masyarakat tradisional karena tingkat interaksi antara sesama masyarakat masih kuat.

Penggunaan kombinasi model yang diterapkan oleh konsultan sebagai pilihan strategi dalam membangun

komunikasi belum mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang program BLM PNPM-MP. Dalam faktanya, pemahaman masyarakat dalam program ini masih cukup rendah karena ide-ide kegiatan dalam program BLM lebih banyak mengarah pada pembangunan fisik. Program-program yang mengarah pada pengembangan keterampilan untuk masyarakat miskin agar mereka memiliki keterampilan atau pun program usaha yang berkesinambungan bagi masyarakat miskin tidak muncul.

Kondisi diatas lah yang menjadi persoalan. Strategi komunikasi yang dijalankan konsultan ternyata belum mampu membangun pemahaman yang benar tentang program BLM PNPM-MP. Padahal pendekatan strategi yang digunakan oleh konsultan sudah cukup baik. Hal ini mendorong peneliti menganalisis lebih jauh tentang efektivitas strategi komunikasi tersebut, sehingga judul tesis ini adalah “Efektivitas Strategi Komunikasi Konsultan dalam Program BLM PNPM-MP di Kota Raha Kabupaten Muna”.

Penelitian ini mencoba untuk mengurai apa sebenarnya yang terjadi dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh konsultan sehingga strategi komunikasinya tidak berhasil. Oleh karena itu, maka masalah utama dari penelitian ini adalah sejauhmana efektivitas strategi komunikasi konsultan dalam memberikan pemahaman tentang program BLM PNPM-MP.

Secara lebih spesifik, maka arahan permasalahan dalam penelitian ini sekaligus menjadi permasalahan khusus adalah sebagai berikut (1) bagaimana efektivitas strategi komunikasi yang dilakukan oleh konsultan dalam Program BLM PNPM-MP di Kabupaten Muna (2) bagaimana perbedaan efektivitas dari empat metode komunikasi, yakni metode informatif, metode edukatif, metode persuasif dan metode perpaduan (informatif dan persuasif) yang diterapkan oleh konsultan sebagai bagian dari strategi komunikasinya dalam program BLM PNPM-MP di

## Kabupaten Muna

Ada tiga konsep yang menjadi tinjauan pustaka dalam penelitian ini, yaitu strategi komunikasi, model arus komunikasi dan efektivitas strategi komunikasi. Strategi adalah tindakan yang sistematis dengan menggabungkan beberapa metode/alat/pendekatan untuk mencapai tujuan tertentu dalam jangka waktu tertentu. Dari definisi strategi tersebut, maka strategi komunikasi adalah serangkaian tindakan yang terencana untuk mencapai tujuan tertentu melalui penggunaan metod-metode komunikasi, teknik komunikasi dan pendekatan komunikasi tertentu (Mefalopulos dan Kamlongera, 2004)

FAO (*Food and Agricultural Organization*), menawarkan beberapa strategi komunikasi dalam pembangunan. Strategi yang relevan dalam penelitian ini adalah *Strategic Extension Campaign* (SEC) karena analisis berbagai hal dasar sebelum muncul strategi seperti analisis audiens dilakukan secara sederhana dan tidak melalui riset komunikasi yang kompleks seperti halnya pada PRCA (<http://www.fao.org/>).

Secara umum, ada dua bagian besar dari SEC, yaitu *campaign strategy development planning* dan *campaign management planning*. Dua bagian ini bisa dimaknai sebagai perencanaan dalam membangun strategi kampanye dan perencanaan dalam manajemen kampanye.

Dari uraian konsep strategi komunikasi di atas, maka kongkritisasi atau wujud dari strategi komunikasi pada dasarnya pilihan pada tiga hal, yaitu (1) model arus komunikasi (2) metode komunikasi dan (3) media komunikasi. Dalam hal model, Soehoet (2002) menjelaskan ada empat model yang bisa digunakan, yaitu model jarum suntik (*hypodermic needle model*), model satu langkah (*one-step flow model*), model dua langkah (*two-steps flow model*) dan model banyak langkah (*multi steps flow model*). Terkait dengan metode atau teknik komunikasi, Effendy (2006) menjelaskan bahwa ada empat metode atau teknik

komunikasi, yaitu (1) komunikasi informatif (*informative communication*), (2) komunikasi persuasif (*persuasive communication*), (3) komunikasi instruktif/koersif (*instructive/coersive communication*) dan komunikasi edukatif (*edukative communication*).

Untuk alat komunikasi sendiri, berkaitan dengan media komunikasi. Berlo (dalam Fajar, 2009), mengemukakan bahwa media komunikasi ada dua, yaitu media primer berupa penggunaan bahasa dan simbol melalui komunikasi langsung (*face to face communication*) dan media sekunder melalui media massa (koran, radio, tv) atau media nir massa (poster, liflet, pamflet). Penerapan media di lapangan dapat berupa single media dan multi media. *Single* media pada saat pilihan di jatuhkan pada satu media saja, apakah media primer atau media sekunder. *Multi* media pada saat pilihan media di jatuhkan pada dua media secara bersamaan, yaitu disamping menggunakan media primer dalam waktu yang bersamaan juga menggunakan media sekunder.

Dalam penelitian ini, wujud dari strategi komunikasi konsultan yang nanti akan dianalisis efektivitasnya adalah pada pilihan strategi single media yang diterapkan dalam *one-step flow model* melalui penerapan metode informatif dengan menggunakan media poster dan *two-steps flow model* melalui penerapan metode edukatif, persuasif dan kombinasi (informatif dan persuasif) dengan penggunaan media *face to face communication* secara dominan.

Strategi komunikasi konsultan diterapkan dalam model komunikasi. Ada empat model yang dikenal dalam arus komunikasi, yaitu model jarum suntik (*Hypodermic Needle Model*), model satu langkah (*One-Step Flow Model*), model dua langkah (*Two-Steps Flow Model*) dan model banyak langkah (*Multi Steps Flow Model*). Dari empat model ini, konsultan dalam program BLM PNPM-MP lebih cenderung menggunakan kombinasi *one-step flow model* dan *two-steps flow model* (Soehoet, 2002).

Model satu langkah (*One-Step Flow Model*) menggambarkan proses komunikasi dari media massa kepada khalayak atau audiensnya secara langsung tanpa melalui orang lain. Model ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan Model Jarum Suntik. Persamaannya adalah media yang digunakan langsung disampaikan kepada khalayak, sedangkan perbedaannya adalah model satu langkah ini tidak menganggap bahwa khalayak itu pasif sehingga media yang digunakan memiliki pengaruh yang kuat terhadap khalayak karena khalayak tidak mempunyai kemampuan untuk memilih pesan. Pada model satu tahap, efek dari media yang dirasakan oleh khalayak berbeda-beda.

Hasil penelitian Katz dan Lazarsfeld yang pertama kali mengenalkan model dua langkah (*Two-Steps Flow Model*) ini menyatakan bahwa model ini lahir diawali dengan munculnya istilah *opinion leader* (Pemimpin Pendapat) atau pemuka kepentingan. Asumsi yang mendorong sehingga muncul model ini adalah individu tidak terisolir melainkan merupakan anggota kelompok sosial yang berinteraksi dengan orang lain. Respon terhadap isi pernyataan tidak langsung segera tetapi disalurkan dan dipengaruhi oleh hubungan sosial dalam pergaulan individu yang bersangkutan. Oleh karena itu, untuk memahami masyarakat tidak perlu didatangi satu-satu, tetapi cukup yang didekati adalah para pemuka kepentingan. Jadi, yang akan memahami masyarakat secara langsung tentang pesan tertentu adalah pemuka kepentingan. Biasanya cara seperti ini semakin membantu memahami sesuatu kepada masyarakat (Soehoet, 2002).

Untuk melihat keberhasilan strategi komunikasi konsultan, maka perlu dilihat ukuran efektivitas strategi komunikasi. Efek adalah unsur penting dalam keseluruhan proses komunikasi. Efek bukan hanya sekedar umpan balik dan reaksi penerima (komunikasi) terhadap pesan yang dilontarkan oleh komunikator, melainkan efek dalam komunikasi merupakan panduan sejumlah kekuatan yang bekerja dalam

masyarakat, di mana komunikator hanya dapat menguasai satu kekuatan saja, yaitu pesan-pesan yang dilontarkan (Arifin, 1994).

Tujuan akhir dari strategi komunikasi tersebut pada dasarnya akan menjadi tolak ukur untuk melihat efektivitas strategi komunikasi. Dalam penelitian ini, ukuran efektivitas strategi komunikasi konsultan hanya pada tahap pemahaman. Ada dua proses yang terjadi dalam pemahaman, yaitu proses mengerti dan proses penerimaan. Proses mengerti, yaitu pesan yang disampaikan oleh komunikator diketahui maksudnya, sedangkan proses penerimaan merupakan sebuah kondisi di mana komunikan memahami apa yang disampaikan oleh komunikator dan tidak hanya sekedar mengetahui pesan yang disampaikan (Arifin, 1994).

**B. KERANGKA TEORITIK** Penelitian ini dikembangkan dari satu grand teori, yaitu teori sosiopsikologis dan dua teori cabang, yaitu teori S-O-R dan teori komunikasi sebagai sebuah proses interaksi. Secara lebih spesifik tradisi sosiopsikologis yang berorientasi pada sisi kognitif memberikan pemahaman bagaimana manusia memproses informasi. Input (informasi) merupakan bagian dari perhatian khusus, sedangkan output (pemahaman) merupakan bagian dari sistem kognisi. Dalam penelitian ini, input adalah strategi komunikasi, sedangkan output adalah pemahaman masyarakat yang diharapkan sebagai efek dari strategi komunikasi tersebut.

Efektivitas strategi komunikasi sangat dipengaruhi oleh pilihan-pilihan metode atau teknik komunikasi termasuk desain stimulus yang dimaknai sebagai pesan. Untuk melahirkan pilihan metode/teknik dan pesan, maka perlu analisa-analisa khusus yang dalam tradisi ini termaksud dalam *input*. Hal ini dimaksudkan untuk melahirkan *output* yang dalam penelitian ini yaitu pemahaman tentang program BLM PNPM-MP. Pada sisi ini lah maka tradisi ini menjadi grand teori

dalam penelitian ini karena ada beberapa teori cabang yang nanti bisa digunakan untuk menganalisis fenomena dalam penelitian ini, yaitu teori S-O-R dan teori komunikasi sebagai sebuah proses interaksi.

Teori S-O-R dikembangkan oleh De Fleur (Soehoet, 2002) dengan pendekatan psikologis. De Fleur memasukkan unsur organisme yang sebelumnya hanya dikenal dengan stimulus-respon, sehingga lahirlah tiga komponen inti dalam teori ini, yaitu (1) stimulus yang dimaknai sebagai rangsangan atau dorongan, (2) organisme yang dimaknai sebagai manusia atau komunikan, (3) respons yang dimaknai sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat.

Prinsip dari teori ini bahwa dalam rangkai melahirkan respon tertentu sebagai efek dari komunikasi terhadap organisme (komunikan), maka diperlukan stimulus-stimulus tertentu. Respon itu sendiri dimaknai dalam pendekatan psikologis yang memiliki beberapa tingkatan dan tujuan akhirnya adalah sikap melalui pemahaman yang benar tentang sesuatu.

Teori lain yang menjadi penunjang adalah teori komunikasi yang dikembangkan oleh Here. Teori ini mengemukakan bahwa sebuah proses interaksi di dalamnya selalu menyertakan tiga elemen, yaitu bentuk, proses dan isi. Bentuk, berkaitan dengan jaringan komunikasi yang terjalin dan tingkat interaksi yang terbangun. Hal ini dipengaruhi oleh motivasi menjalin komunikasi. Dorongan motivasi itulah yang akan menimbulkan terbentuknya jaringan komunikasi (dengan siapa kita akan berkomunikasi). Motivasi itu pula yang akan mempengaruhi tingkat interaksi. Semakin kita membutuhkan seseorang maka tingkat interaksi kita pun akan semakin tinggi dengan orang tersebut (Prajarto, 2009).

Elemen kedua adalah proses, yaitu komunikasi terus berlangsung dan tidak berakhir ketika antara komunikator dan komunikan tidak bertemu. Komunikasi akan terus berlangsung menuju pada sebuah titik sesuai dengan motivasi yang

mendasarinya. Here juga menegaskan bahwa dimensi proses dalam interaksi ini selalu disertai dengan perilaku emosional secara sosial (*social-emotional behaviour*).

Elemen ketiga adalah konten, yaitu bagaimana komunikasi diolah ditengah kompleksitas sebuah kelompok. Mengacu pada pemikiran Parson, untuk memahami kompleksitas kelompok, maka ada empat hal yang harus dilihat, yaitu (1) nilai yang ada dan terpelihara, (2) rangkaian peraturan yang mengarahkan mereka untuk berkoordinasi atas segala aktivitas dan mengembangkan rasa solidaritas yang kuat untuk bersama-sama menyelesaikan tugas, (3) setiap anggota harus mampu menerapkan sistem kontrol yang kuat pada semua anggota secara efektif guna mencapai tujuan bersama dan (4) pengembangan sumber daya dan keahlian yang utama untuk mencapai tujuan kelompok (Prajarjo, 2009).

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *mix method* sebagai metode dasar. *Mix method* dipahami sebagai perpaduan antara pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif (Creswell, 2010). Teknik pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survey, Pendekatan penelitian secara kualitatif diperoleh melalui metode deskriptif analisis (Bungin, 2010). Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* random sampling. Analisis data dilakukan secara deskriptif analisis dan Anova. Analisis deskriptif dilakukan untuk melihat efektivitas strategi komunikasi konsultan dengan membuat dua kategori efektivitas, yaitu tinggi dan rendah. Analisis anova digunakan untuk membandingkan efektivitas dari empat metode komunikasi yang digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu metode informatif, metode edukatif, metode persuasif dan metode perpaduan (informatif dan persuasi).

### D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi yang diterapkan

oleh konsultan dalam program BLM PNPM-MP adalah strategi *single* media. Strategi tersebut digunakan dalam empat metode komunikasi, yaitu metode informatif, metode edukatif, metode persuasif dan metode perpaduan (informatif dan persuasif). Metode informatif digunakan dalam *one-step flow model* sedangkan metode edukatif, persuasif dan kombinasi digunakan dalam *two-steps flow model*.

Efektivitas strategi komunikasi konsultan dalam program BLM PNPM-MP di Kecamatan Katobu Kabupaten Muna rendah. Hal tersebut bisa dilihat dari efektivitas dari empat metode komunikasi yang diterapkan. Untuk metode informatif efektivitasnya berada dalam kategori rendah (66,7%). Jika dilihat dari aspek respon masyarakat, mayoritas respon masyarakat rendah terhadap poster yang digunakan dalam metode tersebut, yakni sebesar 56,7%. Dalam aspek yang lain, yaitu pemahaman, mayoritas masyarakat belum memahami program ini, yakni sebesar 70%. Berikut hasil analisis efektivitas metode informatif :

Tabel 1  
Efektivitas Metode Informatif di Kelurahan Watone, Kecamatan Katobu, 2014 (*n* = 30)

No.	Kategori	Indikator Efektivitas	
		Respon Masyarakat	Pemahaman Masyarakat
		Persen (%)	Persen (%)
1.	Tinggi	43,3	30
2.	Rendah	56,7	70
Total		100	100

Sumber : Analisis data primer, 2014

Efektivitas metode informatif rendah karena konsultan tidak melakukan analisis kondisi masyarakat secara mendalam sehingga poster yang digunakan kurang mencerminkan kondisi masyarakat. Selain itu, tidak adanya uji coba poster terlebih dahulu mengakibatkan poster yang dihadirkan di tengah-tengah masyarakat bahasanya sulit dipahami. Dari sisi tampilan, poster tidak memenuhi syarat kontras dan *availability* seperti yang ditawarkan oleh Wilbur Schramm (Arifin,

2004) tentang poster yang baik. Desain poster juga tidak memperhatikan *Glamour Theory*, akibatnya posternya kurang menarik.

Strategi komunikasi konsultan dengan metode informatif menerapkan pendekatan model satu tahap dengan menggunakan media poster. Dari hasil analisis data, efektivitas metode ini rendah. Hal ini menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap poster rendah dan masih banyak masyarakat yang belum memahami program BLM PNPM-MP. Pesan yang disampaikan oleh konsultan tentang program BLM PNPM-MP belum banyak dimengerti dengan baik oleh masyarakat sehingga mayoritas penerimaan masyarakat terhadap program ini juga rendah.

Efektivitas metode edukatif masuk dalam kategori rendah (73,3%). Sekitar 66,7% pemuka kepentingan yang menjadi sampel dalam penelitian ini beranggapan bahwa daya tarik dan kredibilitas konsultan rendah. Pada saat konsultan menjelaskan pun banyak pemuka kepentingan yang menyatakan bahasanya kurang jelas, yakni sekitar 70%. Dalam hal pemahaman, ada sekitar 63,3% pemuka kepentingan yang belum memahami program ini. Berikut hasil analisis data metode edukatif :

Tabel 2.  
Efektivitas Metode Edukatif, di Kelurahan Watonea, Kecamatan Katobu, 2014 ( $n = 30$ )

No.	Kategori	Indikator Efektivitas	
		Respon Pemuka Kepentingan	Pemahaman Pemuka Kepentingan
		Persen (%)	Persen (%)
1.	Tinggi	33,3	36,7
2.	Rendah	66,7	63,3
Total		100	100

Sumber : Analisis data primer, 2014

Efektivitas metode edukatif rendah karena pemilihan nara sumber dari konsultan pada saat menjelaskan di kantor kelurahan tidak memperhatikan aspek *homophily*. Akibatnya nara sumber mengalami kesulitan dalam membangun komunikasi dengan para pemuka kepentingan. Disamping nara sumber tidak memahami bahasa daerah setempat, nara sumber cukup kaku karena tidak memiliki

kedekatan secara emosional dan budaya dengan para pemuka kepentingan. Selain itu, konsultan kurang menerapkan konsep *putting it up to you* (Malik dan Irianta, 1993) dan teori komunikasi sebagai proses interaksi yang dikemukakan oleh Here (Prajarto, 2009) dimana nara sumber kurang menjalin hubungan dan interaksi yang baik dengan pendengar.

Efektivitas strategi komunikasi konsultan dengan metode edukatif masuk dalam kategori rendah. Jika ditinjau dari aspek pengertian, pemuka kepentingan yang belum mengerti cukup dominan karena jumlahnya melebihi 70%. Kondisi ini tentunya mengakibatkan tingkat penerimaan pemuka kepentingan terhadap program ini juga rendah. Fenomena ini menunjukkan bahwa pada dasarnya masih banyak para pemuka kepentingan yang belum paham program BLM PNPM-MP. Inti pesan konsultan dalam setiap penjelasannya tentang program BLM PNPMMP belum di pahami secara utuh.

Efektivitas metode persuasif juga berada dalam kategori rendah. Ada sekitar 56,7% masyarakat yang menyatakan demikian. Jika dilihat dari aspek respon masyarakat, 66,7% kurang memberikan respon yang baik terhadap penjelasan pemuka kepentingan yang bertindak sebagai komunikator lokal. Dalam aspek yang lain, yakni pemahaman, 60% dari masyarakat belum paham terhadap program BLM PNPM-MP. Berikut hasil analisis data metode persuasif.

Tabel 3.  
Efektivitas Metode Persuasif di Kelurahan Watonea, Kecamatan Katobu, 2014 ( $n = 30$ )

No.	Kategori	Indikator Efektivitas	
		Respon Masyarakat	Pemahaman Masyarakat
		Persen (%)	Persen (%)
1.	Tinggi	33,3	40
2.	Rendah	66,7	60
Total		100	100

Sumber : Analisis data primer, 2014

Strategi komunikasi konsultan dengan metode persuasif menggunakan peran pemuka kepentingan. Konsultan tidak langsung menjelaskan program BLM kepada masyarakat satu persatu, namun

konsultan terlebih dahulu menjelaskan program kepada pemuka kepentingan. Selanjutnya pemuka kepentingan yang terpilih sebagai komunikator lokal lah yang menjelaskan program kepada masyarakat. Dari analisis data sebelumnya, efektivitas metode ini rendah. Artinya masih banyak masyarakat yang belum paham tentang program BLM PNPM-MP.

Efektivitas metode persuasif rendah karena teknik persuasif dari pemuka kepentingan yang bertindak sebagai komunikator lokal lebih banyak menggunakan pendekatan bahasa informatif saja dan kurang membangun dialog yang lebih mendalam dengan masyarakat. Suasana yang dibangun pun ketika berkomunikasi masih suasana formal akibatnya terjadi kekakuan dalam komunikasi. Selain itu, teknik persuasi yang dilakukan pun kurang memperhatikan pendekatan *emotional appeal* dan *motivational appeal*.

Metode terakhir yang diterapkan konsultan dalam strategi komunikasinya adalah metode perpaduan. Efektivitas metode ini juga berada dalam kategori rendah yakni 53,3% masyarakat yang menyatakan demikian. Dari aspek respon, ada sekitar 56,7% masyarakat yang memberi respon rendah. Untuk aspek pemahaman, ada sekitar 63,3% masyarakat yang belum paham tentang program BLM PNPM-MP. Berikut hasil analisis data metode perpaduan :

**Tabel 4.**  
**Efektivitas Metode Perpaduan di**  
**Kelurahan Watonea, Kecamatan Katobu,**  
**2014 (n = 30)**

No.	Kategori	Indikator Efektivitas	
		Respon Masyarakat	Pemahaman Masyarakat
		Persen (%)	Persen (%)
1.	Tinggi	43,3	36,7
2.	Rendah	56,7	63,3
Total		100	100

Sumber : Analisis data primer, 2014

Efektivitas metode perpaduan rendah karena poster yang digunakan oleh konsultan kurang menarik dan bahasanya kurang jelas. Dari peran pemuka kepentingan pun yang bertindak sebagai komunikator lokal juga lemah. Masyarakat masih banyak yang meragukan daya tarik dan kredibilitas mereka. Apalagi pada saat menjelaskan program pun tidak memperhatikan teknik persuasi dengan pendekatan *emotional appeal* dan *motivational appeal*.

Dari empat metode yang diterapkan, dengan menggunakan analisis anova menunjukkan bahwa efektivitas dari keempat metode tersebut memiliki perbedaan yang signifikan. Nilai sig. menunjukkan 0,000. Artinya efektivitas metode informatif berbeda dengan efektivitas metode edukatif, persuasif dan kombinasi.

Jika diperbandingkan, dari empat metode tersebut, metode edukatif lah yang lebih baik dibanding tiga metode yang lain. Hal ini disebabkan karena materi-materi yang disampaikan dalam metode ini lebih sistematis dan terencana. Dalam setiap pertemuan, selain mendengar penjelasan langsung dari nara sumber yang berasal dari konsultan, para peserta juga mendapat *hard copy* materi dan buku panduan program.

Jika dilihat dari efektivitas, keempat metode komunikasi yang digunakan rata-rata tidak efektif. Ketidakefektifan itu bisa terjadi karena dari keempat metode komunikasi yang diterapkan dalam *one-step flow model* dan *two-steps flow model* kesemuanya menggunakan strategi *single media*. Dalam hal ini, hanya satu media komunikasi yang digunakan. Padahal dalam perkembangan masyarakat seperti sekarang ini, penggunaan strategi multi media bisa menjadi pilihan. Penerapannya dengan cara memberi informasi melalui poster dan secara bersamaan juga membuka kesempatan dialog melalui metode persuasif dengan media *face to face communication*. Strategi multi media bisa menjadi alternatif karena dengan membaca dan mendengar seseorang akan lebih mudah memahami sesuatu. Poster bisa menjadi

rangsangan seseorang untuk mau tahu sesuatu karena media tulis bisa merangsang keingintahuan seseorang dan *face to face communication* dengan sumber akan membantu berdialog jika apa yang suda dibaca belum dipahami.

Penggunaan strategi *single* media mengakibatkan keempat metode komunikasi yang digunakan konsultan dalam program BLM PNPM-MP tidak efektif, namun dari keempat metode tersebut dapat dianalisis metode apa yang lebih baik jika dibandingkan dengan metode yang lain dengan menggunakan analisis anova. Berdasarkan hasil analisis anova, efektivitas metode informatif berbeda secara nyata dengan efektivitas metode edukatif, metode persuasif dan metode perpaduan. Keempat metode komunikasi bisa berbeda, salah satunya bisa dilihat dari aspek arah komunikasi. Dalam metode informatif, komunikasinya bersifat satu arah karena konsultan hanya menggunakan poster sebagai media informasinya. Kondisi ini mengakibatkan masyarakat tidak bisa mengklarifikasi pesan poster secara langsung pada saat terjadi ketidakjelasan pesan dalam poster. Berbeda dengan tiga metode yang lainnya yang didalamnya mengandung komunikasi dua arah sehingga pada saat terjadi ketidakjelasan pesan, komunikasi bisa langsung mengklarifikasi pesan tersebut kepada komunikator.

Aspek lain yang menyebabkan perbedaan secara nyata efektivitas dari keempat metode tersebut adalah sistematisasi pesan yang disampaikan. Dalam aspek ini, metode edukatif lebih unggul jika dibandingkan dua metode yang lain. Pada metode edukatif, materi pesan yang disampaikan lebih tersusun dan terarah. Berbeda dengan dua metode yang lain, untuk poster tentunya sulit menuangkan ide yang sistematis secara utuh hanya melalui sehelai kertas dengan keterbatasan *space* poster. Demikian pula pada metode persuasif dan metode perpaduan, penyampaian informasinya tidak didesain secara sistematis.

Dengan mengacu pada nilai *mean*

dari analisis anova, metode edukatif yang lebih baik jika dibandingkan dengan tiga metode yang lain yaitu metode informatif, metode persuasif dan metode perpaduan. Ada beberapa hal yang menyebabkan metode edukatif bisa lebih baik. Dalam metode ini, nara sumbernya merupakan orang yang *ekspert*, yakni ahli di bidangnya. Nara sumber yang dipilih oleh konsultan untuk menjelaskan kepada pemuka kepentingan cukup paham tentang seluk beluk BLM PNPM-MP meskipun juga memiliki beberapa kelemahan khususnya pada aspek teknik dalam menjelaskan. Hal lain yang menyebabkan metode edukatif bisa lebih unggul jika dibandingkan dengan tiga metode yang lain adalah materi yang disampaikan lebih sistematis. Selain itu, pada saat menjelaskan, ada beberapa alat peraga yang bisa membantu memahamkan para pemuka kepentingan, yaitu menggunakan LCD dan diberi *hard copy* dari setiap materi yang disampaikan. Disamping itu, pemberian buku pedoman tentang penyelenggaraan BLM PNPM-MP semakin membantu para pemuka kepentingan memahami program ini.

#### E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi konsultan yang diterapkan dalam program BLM PNPM-MP melalui empat metode komunikasi, yaitu metode informatif, metode edukatif, metode persuasif dan metode perpaduan (metode informatif dan persuasif) masih menggunakan *single* media dan berada dalam kategori rendah.
2. Efektivitas empat metode komunikasi yang diterapkan oleh konsultan dalam strategi komunikasinya berbeda dan metode edukatif lebih baik dibanding metode perpaduan (metode informatif dan persuasif), metode persuasif dan metode informatif.



**F. DAFTAR PUSTAKA**

- Adhikarya, Ronny. 1994. *Strategic Extension Campaign*. Roma : Food And Agriculture Organization Of The United Nations
- Ancok, Djamaludin 1993. *Teknik Penyusunan Skala Pengukur*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung : Armico Bandung
- Bungin, B., 2010. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Canggara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Creswell, John W., 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marhaeni. 2010. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Gamaliel, Hendrik. 2007. *Analisis Kualitas Layanan Instansi Kebersihan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi pada Pemerintah Kabupaten/Kota Provinsi Sulawesi Utara)*. Program Studi Akuntansi, Bidang Ilmu Sosial, UGM (tidak dipublikasikan)
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : BP – Undip
- Gie, The Liang. 1989. *Ensiklopedi Administrasi*. Jakarta: PT. Air Agung Putra
- Hernandar, Jajang. 2004. *Strategi Komunikasi Organisasi Non Pemerintah (Ornop) Lingkungan Hidup ; Study Kasus Strategi dan Program Komunikasi WALHI dalam Penanganan Isu Tailing PT Newmont Minahasa Raya (Periode 1999 – 2002)*. Tesis. Pasca Sarjana Departemen Komunikasi FISIPOL UI Jakarta (tidak diterbitkan)
- Holik, Idham. 2004. *Strategi Komunikasi Partai Politik Peserta Pemilu 2004 ; Evaluasi Strategi Komunikasi Politik Partai PKB Kabupaten Bekasi tentang Isu KeteRWakilan Perempuan pada Lembaga Legislatif*. Tesis. Pasca Sarjana Departemen Komunikasi FISIPOL UI Jakarta (tidak diterbitkan)
- Kertapati, Ton. 1968. *Dasar-dasar Publisistik Jilid I dan II*. Bandung : Penerbit Soeroengan
- Lasswell, Harold D. 1949. *The Analisis of Political Behavior*. New York : University Press
- Lerner, Daniel. 1978. *Meleburnya Masyarakat Tradisional*. Terjemahan Mulyarto Tjokrowinoto. Yogyakarta : Gaja Mada University Press
- Littlejohn, Stephen W dan Foss, Karen A. 2009. *Theories of Human Communication*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Penerbit Salemba Humanika
- Lizen A. 1967. *Individu dan Masyarakat*. Bandung : Penerbit Sumur Bandung
- Malik, Dedy Djamaluddin dan Iriantara, Yosol., 1993. *Komunikasi Persuasif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mefalopulos, paolo dan Kamlongera, Chris. 2004. *Participatory Communication Strategy Design. A Handbook, Second Edition*. Roma : Food And

**Agriculture Organization Of The  
United Nations**

**Prajarto, Nunung. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta : FISIPOL UGM**

**Purwanto, Erwan Agus dan Sulistyostuti, Dyah Ratih. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Gaya Media**

**Rogers, Everett M, 1995. *Diffusions of Innovations, Fourth Edition*. New York: Tree Press**

**Rogers, E.M. dan Shoemaker, F.F. 1971. *Communication of Innovations*, London: The Free Press.**

**Steers, Richard M. 1985. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga**

**Soehoet, Hoeta A.M. 2002. *Teori Komunikasi 2*. Jakarta : Yayasan Kampus Tercinta – ISIP Jakarta**

**Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV ALFABETA**

**SujaRWeni, V. Wiratna. 2008. *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum*. Yogyakarta : Global Media Informasi**

**Susanto, Astrid. 1974. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Bandung : Bina Cipta Bandung**

**Tashakkori, Abbas dan Teddlie, Charles. 2010. *Handbook of Mixed Methods ; In Social & Behavioral Research*. Diterjemahkan oleh Daryatno. Jakarta : Pustaka Pelajar**

**Taufan Laode, Ringgo. 2014. *Peran dan Strategi Fasilitator pada Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) – Program Penanggulangan Kemiskinan Perkotaan (P2KP) di Bau-bau Prov. Sulawesi Tenggara*. Tesis. Program Studi PKP Sekolah Pasca Sarjana UGM Yogyakarta**

(tidak diterbitkan)

**Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiady. 2008. *Pengantar Statistik*. Jakarta : PT Bumi Aksara**

**Usman, Zulkifli. 2003. *Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Program Pendidikan dan Pelatihan RSUP Nasional Dr. Cipto Mangunkusumo*. Tesis. Pasca Sarjana Departemen Komunikasi FISIPOL UI Jakarta (tidak diterbitkan)**

**<http://www.fao.org>. Diakses pada tanggal 24 Maret 2014**