E-ISSN: 2964-6723

JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Homepage: https://jurnal.alungcipta.com/index.php/JIM
Vol. 3 No. 1, Februari 2024
Doi:



Strategi Komunikasi Kepala Desa Bantarjati Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Bergotong Royong Di Masyarakat

Feby Audria
Komunikasi dan Bahasa/ Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika
Email : Febyaudriafby0@gmail.com

Abstrak

Saat ini kesadaran akan bergotong royong di masyarakat sudah cukup terkikis akibat kemajuan zaman, dan juga perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang cukup cepat. Kepala Desa Bantarjati telah melakukan strategi komunikasi kepada masyarakat Desa Bantarjati sebagai upaya meningkatkan kesadaran gotong royong di masyarakat, agar nilai persatuan dan kesatuan diantara masyarakat dapat tertanam sehingga timbulnya rasa persatuan yang tinggi di masyarakat. Untuk mengkaji strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kepala Desa Bantarjati dalam upaya meningkatkan kesadaran bergotong royong di masyarakat, Peneliti mengajukan tiga poin rumusan masalah, yaitu yang pertama bagaimana strategi komunikasi kepala desa dalam upaya meningkatkan partisipan gotong royong di masyarakat, yang kedua bagaimana kepala desa memilih media untuk melakukan sosialisasi gotong royong kepada masyarakat, dan yang ketiga strategi komunikasi seperti apa yang dimiliki dan dilakukan oleh Kepala Desa Bantarjati untuk menghilangkan budaya tak acuh di masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan memberikan gambaran umum dari berbagai data di lapangan yang di kumpulkan secara empiris. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan mengambil data dari Kepala Desa Bantarjati, Sekretaris Desa Bantarjati, dan Masyarakat Desa Bantarjati. Setelah dilakukan analisis, adapun hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah, Kepala Desa Bantarjati melakukan strategi komunikasi dengan Teknik redundancy, canalizing, informatif, dan juga persuasif. Namun ternyata masyarakat masih merasa jika komunikasi yang dilakukan oleh Kepala Desa Bantarjati belum maksimal hingga gotong royong di Desa Bantarjati masih bisa dikatakan masih jauh dari apa yang diharapkan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Kesadaran, Gotong Royong, Masyarakat

Abstract

At present the awareness of mutual cooperation in the community has been quite eroded due to the progress of the times, as well as the development of information and communication technology which is quite fast. The Head of Bantarjati Village has carried out a communication strategy to the Bantarjati Village community as an effort to increase mutual cooperation awareness in the community, so that the value of unity and oneness among the community can be instilled so that a high sense of unity arises in the community. To examine the communication strategy carried out by the Head of Bantarjati Village in an effort to increase awareness of mutual cooperation in the community, the researcher proposes three problem formulation points, namely the first how the village head's communication strategy is in an effort to increase mutual cooperation participants in the community, the second is how the village head chooses the media to socialize mutual cooperation to the community, and the third is what kind of communication strategy the Head of Bantarjati Village has and does to eliminate the culture of indifference in society. This study uses a qualitative research method that aims to provide an overview of the various data in the field that were collected empirically. The data collection techniques used were interviews, observation, and documentation by collecting data from the Bantarjati Village Head, Bantarjati Village Secretary, and the Bantarjati Village Community. After doing the analysis, the results obtained from this study were that the Head of Bantarjati Village carried

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

out a communication strategy using redundancy, canalizing, informative, and also persuasive techniques. However, it turns out that the community still feels that the communication carried out by the Head of Bantarjati Village has not been maximized so that mutual cooperation in Bantarjati Village can still be said to be far from what was expected.

Keywords: *Communication Strategy, Awareness, Mutual Cooperation, Community*

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

PENDAHULUAN

Menurut Lasswel Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang menggunakan tanda- tanda (alami atau universal) dalam bentuk simbol-simbol verbal dan non-verbal yang disadari atau tidak disadari (berdasarkan persetujuan manusia) untuk mempengaruhi sikap orang lain (Pramujiono, 2018)

Komunikasi tentunya selalu dilakukan oleh manusia, karena manusia merupakan makhluk sosial, tidak perlu diragukan lagi bahwa manusia perlu berinteraksi dengan orang lain untuk saling membantu dalam kehidupan sehari-hari. Manusia secara alamitertarik untuk bergabung dengan kelompok, organisasi, atau komunitas untuk mencapai tujuan hidup mereka. dengan terbentuknya suatu kelompok, organisasi, atau komunitas, setiap manusia akan saling berinteraksi. Didalam kehidupan sehari-hari, setiap manusia pasti melakukan kesalahan sehingga timbul konflik antar individu, tanpa disadari hal inilah yang akan menimbulkan komunikasi tersebut. , dengankomunikasi antar manusia, setiap konflik yang ada dalam masyarakat akan teratasi, dengan berdiskusi dengan manusia lainnya, kerjasama yang baik, bertukar pikiran, dalam kelompok sehingga akan terjadi suatu interaksi sosial. Di dalam melaksanakan kegiatan komunikasi tentunya diperlukan sebuah strategi komunikasi, hal ini perlu dimiliki dari sebuah komunikasi, agar tujuan dari komunikasi yang dilakukan dapat segera tercapai.

Strategi komunikasi tentunya memegang peranan yang sangat penting bagi suatu lembaga, organisasi atau perusahaan, khususnya bagi organisasi pelayanan publik. Untuk mencapai tujuan dari strategi komunikasi, lembaga, organisasi atau Perusahaan harus melaksanakan pelayanan publik sesuai rencana sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya agar pelayanan dapat terwujud. Dalam manajemen,eksekutif merupakan ujung tombak dalam setiap langkah instansi, organisasi atau perusahaan dan penting bagi eksekutif untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik. Begitupun dengan seorang kepala desa, tentunya seorang kepala desa bantarjati diharuskan memiliki strategi dalam melakukan komunikasi agar segala pesan yang ingin disampaikan kepada Masyarakat dapat tersampaikan dan dimengeti oleh Masyarakat.

Kepala desa serta perangkat desa adalah orang-orang yang melayani masyarakat di desa yang dipimpin oleh kepala desa dibantu oleh perangkat desa. Tugas pokok dan fungsi itu sendiri ditetapkan berdasarkan undang-undang yang mengaturnya . MenurutUlina (2016) yang merupakan peneliti dari Universitas Medan Area, Pemerintah desamemiliki tugas dan tanggung jawab yang berlipat ganda seperti mengatur ketertiban umum, memelihara sarana dan prasarana umum, memperkuat dan membina masyarakat desa, memajukan kelembagaan masyarakat dan tentunya membantu pemerintah pusat dalam mensejahterakan rakyat Indonesia. Untuk itu, kepala desa danperangkat desa harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan masyarakat. Penyampaian informasi yang tidak tepat kepada masyarakat menimbulkan permasalahan dalam pemerintahan desa, sehingga dalam hal ini perangkat desa membutuhkan kemampuan komunikasi untuk mencapai tujuan pemerintah yaitu memberikan kontribusi kepada masyarakat, begitu pula dengan apa yang dilakukan oleh Kepala Desa Bantarjati.

Setelah terpilih menjadi Kepala Desa Bantarjati kurang lebih 1,5 tahun yang lalu, Bapak Supena Jaya Atmaja sebagai Kepala Desa Bantarjati tentunya memiliki tujuan dan juga program demi kemajuan masyarakat Desa Bantarjati. Komunikasi efektif juga diupayakan agar terus diterapkan di Desa Bantarjati Kecamatan Klapanunggal Kabupaten Bogor. Dalam hal peran komunikasi, Kepala Desa BantarjatiBapak Supena Jaya Atmaja merupakan salah satu aktor yang mampu mendongkrak kesadaran masyarakat Bantarjati, untuk terus meningkatkan kesadaran bergotong- royong

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

dalam bermasyarakat. Dengan komitmennya tidak lepas dari strategi penerapan pendekatan komunikasinya. Adapun praktik kepala desa (Bapak Supena Jaya Atmaja) Sebagai tokoh penting dalam gerakan Gotong Royong, Bapak Supena Jaya Atmaja secara khusus mensosialisasikan anggaran keuangan Desa Bantarjati setiap ada kesempatan untuk bertemu dengan warga agar seluruh warga mengetahui dan memahami bagaimana desa membelanjakan uang anggaran. Sebelum memberikan informasi tentang anggaran desa, kepala desa terlebih dahulu menghitung berapa uang yang akan digunakan. Setelah dihitung, kepala desa yang baru akan menginformasikanrencana pembangunan tersebut. Pengarahan kepala desa selalu mendorong warga untuk berpartisipasi dalam pembangunan desa. Harapan pembangunan desa paling baik tercapai bila anggaran mencukupi dan tidak berlebihan. Walau demikian, usaha peningkatan kesadaran masyarakat dalam bergotong royong harus terus ditingkatkan khususnya dengan strategi komunikasi yang dimiliki oleh Bapak Supena Jaya Atmajasebagai Kepala Desa Bantarjati. Terlihat dari kegiatan dan juga semangat gotong royong yang belum sepenuhnya merata berjalan di masyarakat, seperti contoh, KepalaDesa Bantarjati menerangkan dalam wawancara yang telah dilaksanakan, beberapa waktu lalu di wilayah Kampung Pasir Tangkil Desa Bantarjati diadakan kegiatan gotong royong untuk pembersihan TPU setempat, namun terhitung hanya sekitar 5 orang yang berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Terlepas dari berbagai upaya yang telah dilaksanakan, hal ini masih memerlukan jawaban pasti khususnya dari segi komunikasi yang dilakukan oleh Bapak Supena Jaya Atmaja, dengan strategi komunikasi seperti apa yang harus dilakukan, agar kesadaran masyarakat akan pentingnya bergotong royong dapat sepenuhnya berjalan merata. setelah peneliti melakukan wawancara kepada beberapa warga dan juga ketua RT di wilayah Desa Bantarjati, warga merasa jika gotong royong yang terjadi di Desa Bantarjati masih bisa dibilang tidak berjalan, warga Desa Bantarjati merasa bahwa belum mendapatkan informasi yang disampaikan oleh Kepala Desa Bantarjati belum sepenuhnya sampai dan informasi yang disampaikan tidak ditanggapi dengan serius oleh warga Desa Bantarjati. Disamping itu masyarakat pun mengatakan bahwa media dan juga cara penyampaian informasi dari Kepala Desa Bantarjati ini masih belum maksimal sehingga masyarakat menanggapi informasi mengenai intruksi gotong royong dengan tidak serius, terlebih memang warga Desa Bantarjati pun menyadari bahwa memang masih memiliki sifat malas dalam melaksanakan gotong royong

KAJIAN PUSTAKA

Yang pertama adalah mengenai definisi komunikasi, Komunikasi adalah suatu proses antara dua orang atau lebih yang membentukatau bertukar informasi diantara satu dengan yang lain, yang pada gilirannya mengarah pada saling pengertian yang cukup dalam. Dari definisi tersebut juga dapat diambil kesimpulan jika komunikasi adalah proses pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan, yang menimbulkan saling pengertian (Murniati & Muqodim, 2021). Atau bagikan informasi dari orang ke orang, yang pada gilirannya mengarah pada pemahaman yang mendalam. Dari definisi tersebut juga dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran pesan antara komunikator dan komunikator yang menimbulkan saling pengertian. (Chan, 2022)

Fungsi dari komunikasi diantaranya adalah Menurut Verderber di dalam Mulyana, (2019), komunikasi memiliki 2 fungsi. Yang pertama,komunikasi memiliki fungsi sosial, yaitu bertujuan untuk membangun serta memelihara hubungan. Fungsi komunikasi yang kedua yaitu fungsi pengambilankeputusan, yaitu memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. Sementara menurut Menurut Mulyana, (2019) fungsi komunikasi ada empat. Yang pertama adalah

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

Setidaknya, peran komunikasi dalam sebuah interaksi sosial menunjukkan bahwa sangat penting untuk meningkatkan rasa diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, dan kesenangan seseorang, antara lain melalui dialog yang menghibur dan menciptakan hubungan dengan orang lain. Yang kedua adalah Komunikasi ekspresif, yang dapat dilakukan sendiri atau berkelompok, merupakan komunikasi yang terjadi sebagai reaksi atas bagaimana sesuatu dirasakan. Yang ketiga adalah Komunikasi ritual yang berkaitan dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual yang banyak dilakukan secara kolektif atau bersama-sama. Dan yang ke empat adalah Komunikasi melalui Instrumen Secara umum, tujuan komunikasi instrumental adalah untuk menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau bertindak cepat dan menghibur.

Komunikasi terjadi melalui sebuah proses. Sebuah proses komunikasi menurut Lasswell (1948), dalam artikelnya The Structure and Function of Communication in Society, The Communication of Ideas, menyatakan bahwa proses komunikasi dapat dijelaskan dengan baik dengan menjawab pertanyaan berikut Siapa mengatakan kepada siapa dengan saluran mana dengan caraapa Apa berarti (siapa mengatakan apa melalui saluran mana kepada siapa dengan efek apa).

Menurut Hardjana (2003) Komunikasi mempunyai jenis-jenis dalam memberikan informasi kepada komunikannya, jenis-jenis komunikasi ini terbagi menjadi 4 (Empat) yaitu, yang pertama adalah verbal, yang kedua adalah non verbal yang ketiga tertulis dan yang ke empat adalah virtual.

Kajian Pustaka yang selanjutnya adalah mengenai strategi komunikasi , Strategi komunikasi adalah pedoman untuk merencanakan dan mengarahkan komunikasi (manajemen komunikasi) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2019). Menurut Arifin, (1994),

Terdapat beberapa Teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi diantaranya adalah, yang prtama redundancy yaitu cara untuk mempengaruhi audiens dengan mengulang pesan, yang kedua canalizing yaitu canalizing ditujukan untuk memahami dan mempelajari dampak kelompok terhadap individu atau kelompok sasaran, yang ketiga informatif yaitu jenis bentuk informasi, berita atau pesan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara diberikan nya informasi kepada khalayak, yang ke empat persuasif adalah suatu kegiatan mempengaruhi atau membujuk masyarakat luar untuk lebih tertarik dengan suatu organisasi atau suatu instansi, yang kelima edukatif Teknik kegiatan denan cara memberi gambaran dengan jelas “memberi contoh kepada khalayak sehingga khalayak dapat melakukan apa yang ingin dicapai khususnya dari segi komunikasi. Dan yang ke enam koersif adalah teknik yang memengaruhi khalayak dengan cara yang memaksa. Teknik-teknik ini biasanya berupa perintah, peraturan, dan perlakuan paksa terhadap masyarakat

Selain membahas mengenai strategi komunikasi, di dalam penelitian ini membahas pula mengenai gotong royong . Adapun pengertian gotong royong menurut KBBI berbunyi “bekerjasama atau tolong-menolong, tolong- menolong”. Maksudnya gotong royong adalah usaha bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Bekerja sama membuat segalanya lebih mudah diselesaikan. Menurut Hastuti, (2018) ada beberapa faktor yang menyebabkan menurun nya budayabergotong royong. yang pertama adalah rasa malas, yang kedua adalah ksibukan, yang ketiga adalah sebuah dan sebuah pemahaman yang keliru.

Namun disamping itu gotong royong mengandung bebrapa nilai yang diantaranya adalah nilai tolong menolong, yang kedua nilai Kerjasama yang ketiga nilai solidaritas dan empati dan yang ke empat nilai kesetaraan sosial.

METODE

Paradigma

Paradigma sebagai sekumpulan aturan baik yang tersusun maupun tidak tertulisyang

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

melengkapi dua hal: Mereka menentukan bagaimana sesuatu harus dilakukan dalam batasan tersebut untuk mencapai kesuksesan dan menetapkan atau menentukan batasan (Moleong,2014). Paradigma konstruktivis tidak melihat kehidupan sosial sebagai realitas alamiah; Sebaliknya, konstruksionis melihat bagaimana peristiwa atau realitas dibangun dan dibentuk. Paradigma konstruktivisme ini sering disebut dalam penelitian komunikasi sebagai paradigma produksi makna dan pertukaran.

Desain Penelitian

Penelitian kali ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, karena fokus penelitian memerlukan tanggapan deskriptifdan naratif. Peneliti mengamati secara langsung beberapa fenomena terkait strategi komunikasi masyarakat desa Bantarjati untuk meningkatkan kesadaran gotong royong di masyarakat.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kantor Balai Desa Bantarjati Jl. Raya Nambo No.001, Bantarjati, Kecamatan Klapanunggal Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16710. Waktu Penelitian ini yang akan dilaksanakan dalam proses penelitian yang pnulis laksanakan adalah satu bulan selama bulan Mei.

Teknik Pngumpulan Data

Peneliti menggunakan Triangulasi merupakan metode yang peneliti gunakan untuk memverifikasi keabsahan data. Wawancara, observasi, dan dokumen merupakan tiga metode yang dapat digunakan untuk triangulasi (Nasution, 2003). Triangulasi ini bukan hanya sekedar berfungsi untuk memastikan kebenaran data, nemun selain itu juga dapat digunakan untuk memperkaya data. Selain itu, menurut (Nasution, 2003). Karena triangulasi bersifat reflektif, maka triangulasi juga dapat berguna untuk mengetahui validitas tafsiran data peneliti. . Dalam pendekatan kualitatif, sering digunakan untuk mengeksplorasi isu - isu yang lebih dalam, seperti fenomena sosial atau penelitian organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini, data yang didapatkan dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang beragam pula, dan juga dilaksanakan secara intensif atau serius dan berkelanjutan sampai memenuhikebutuhan penelitian atau mendapatkan data yang lengkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi Kepala Desa Bantarjati dalam upaya meningkatkan kesadaran bergotong royong di masyarakat telah dilakukan secara terus-menerus dan turun-menurun sebagai usaha untuk terus mengingatkan bahkan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk bergotong royong. Terlebih memang gotong royong merupakan ciri khas dari bangsa Indonesia. Di dalam menyampaikan informasi atau intruksinya, Kepala Desa Bantarjati sering menggunakan media Whatsapp Grup dan juga disampaikan melalui Ketua RT yang tersebar di wilayah Desa Bantarjati.

Setelah dilakukan penelitian, strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh Kepala Desa Bantarjati dalam upaya meningkatkan kesadaran bergotong royong di masyarakat, Bapak Supena Jaya Atmaja menggunakan beberapa macam strategi komunikasi, sejalan dengan apa yang dikemuka kan oleh Arifin, (1994), bahwa strategi di dalam sebuah komunikasi itu dapat dilakukan dengan beberapa teknik yaitu, redundancy (repetition), canalizing, informatif, peruasif, edukatif, dan koersif.

Strategi komunikasi yang pertama, Kepala Desa Bantarjati melakukan strategi komunikasi dengan teknik redundancy (repetition), yaitu salah satu strategi komunikasi dengan teknik mengulang-ulang pesan yang akan disampaikan kepada komunikan atau audience. Kepala Desa Bantarjati biasanya mengulang- ulang pesan yang disampaikan kepada warga Masyarakat Desa Bantarjati terkhusus mengenai bergotong royong Dengan dilakukan nya komunikasi dengan strategi ini diharapkan

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

bisa mengubah kebudayaan Masyarakat Desa Bantarjati menjadi lebih giat dalam hal bergotong royong di Masyarakat, dan kompak dalam menjaga lingkungan, terkhusus lingkungan Desa Bantarjati.

Strategi komunikasi yang kedua yaitu canalizing, Strategi komunikasi dengan teknik canalizing merupakan teknik dalam melakukan strategi komunikasi ditujukan untuk memahami dan mempelajari dampak individu atau kelompok terhadap individu atau kelompok sasaran. Dalam hal ini Kepala Desa Bantarjati telah melakukan beberapa cara dalam menyampaikan suatu pesan atau intruksi kepada Masyarakat, sehingga dapat diketahui mana cara penyampaian pesan yang paling efektif dan dapat digunakan hingga masa yang akan datang. Dalam hal ini Kepala Desa Bantarjati melakukan penyampaian pesan dengan cara memilih kata kata dalam penyampaian pesan nya, sehingga masyarakat dapat mengerti dengan pesan yang disampaikan oleh Kepala Desa Bantarjati. Dengan demikian tentunya kemungkinan tewujudnya apa yang dijadikan program oleh Kepala Desa Bantarjati meningkat.

Strategi komunikasi yang ketiga, yaitu informatif. Strategi komunikasi selanjutnya yang juga dilakukan oleh Kepala Desa Bantarjati adalah dengan cara menyampaikan pesan yang informatif. Terkadang sebuah pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak dapat dimengerti oleh khalayak sehingga tujuan pesan tersebut tidak dapat terwujud. Pemilihan kata, waktu dan juga suasana yang pas sangat mendukung pesan dapat tersampaikan dengan baik kapada khalayak. Perlu diketahui bahwa Kepala Desa Bantarjati biasanya menyampaikan suatu informasi salah satunya di dalam sebuah acara pertemuan antar RT di setiap bulan nya. Biasanya di pertemuan itulah intruksi biasanya disampaikan kepada Ketua RT yang selanjutnya informasi yang berbentuk intruksi tersebut disampaikan kepada masyarakat desa.

Pesan yang disampaikan pun menggunakan bahasa yang cukup mudah untuk dipahami oleh komunikan dan disampaikan pada waktu yang sesuai, tidak di waktu sibuk. Dengan pesan yang singkat padat jelas, seharusnya komunikan dapat mengerti denga apa yang disampaikan oleh Kepala Desa Bantarjati.

Strategi komunikasi yang ke empat adalah dengan cara persuasif. Cara persuasif atau lebih dikenal dengan sebuah kalimat ajakan Kepala Desa bantarjati sering kali melajukan pengajakan kepada warga untuk terus berpartisipasi dalam kegiatan bergotong royong yang biasanya telah di intruksikan melalui ketua RT setempat. Namun Kapala Desa Bantarjati pun sering mengajak warga secara langsung ketika bertemu secara sengaja di sebuah acara ataupun tidak sengaja dengan warga masyarakat Desa Bantarjati ketika berkegiatan.

Di dalam wawancara yang telah dilakukan oleh penulis, bahkan Kepala Desa Bantarjati mengatakan jika Dirinya tidak akan pernah bosan untuk mengajak warga masyarakat Desa Bantarjati untuk terus kompak dalam menjaga lingkungan Desa Bantarjati, salah satunya dengan cara bergotong royong dalam hal kebaikan

Strategi komunikasi kelima adalah dilakukan dengan cara edukatif. Strategi komunikasi dengan cara meng edukasi adalah strategi komunikasi selanjutnya yang tidak jarang dilakukan oleh Kepala Desa Bantarjati. Setelah melakukan beberapa strategi komunikasi diatas, Kepala Desa Bantarjati melakukan strategi komunikasi dengan cara edukatif tentunya dengan harapan Masyarakat dapat tersentuh hatinya.

Kepala Desa Bantarjati sering kali terjun langsung ke lapangan pada saat dilaksanakan kegiatan bergotong royong. Bukan hanya sekedar menjadi penonton, namun ikut serta berpartisipasi dalam kegiatan gotong royong tersebut, tanpa ragu pada saat melakukan kegiatan gotong royong, Kepala Desa Bantarjati melakukan pekerjaan yang sama dengan masyarakat yang lainnya. Tentunya hal tersebut untuk menyadarkan masyarakat agar lebih giat untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Dengan upaya tersebut diharapkan

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)

Masyarakat semakin giat untuk terus aktif berpartisipasi dalam setiap kegiatan positif yang ada di wilayah Desa Bantarjati.

Hingga saat ini, sangat disayangkan walau upaya ini telah dilakukan, namun Masyarakat belum sepenuhnya tergerak dan belum terlihat adanya peningkatan partisipasi masyarakat yang signifikan dalam kegiatan gotong royong di Desa Bantarjati. Karena memang upaya upaya yang dilakukan belum dilaksanakan secara maksimal dan masih membutuhkan peningkatan agar tujuan dari komunikasi dapat segera tercapai.

Dan stratefi komunikasi terakhir yang dilakukan oleh Kepala Desa Bantarjati dalam upaua meningkatkan kesadaran bergotong royong di Masyarakat adalah dengan cara koersif. Koersif berarti paksaan, begitupun aturan di sebuah wilayah salah satunya wilayah desa biasanya memiliki yang bersifat memaksa. Namun setelah dilakukan penelitian di Desa Bantarjati khususnya Kepala Desa Bantarjati sangat jarang untuk menerapkan strategi ini pada saat menyampaikan intruksi. Kepala Desa Bantarjati menyampaikan bahwa strategi komunikasi dalam upaya meningkatkan kesadaran bergotong royong di masyarakat biasanya dilakukan dengan cara berkala dan diulang secara terus menerus dan juga tidak jarang masyarakat diberikan edukasi secara langsung dilapangan, dan sangat jarang dilakukan paksaan. Tidak adanya paksaan bukan berarti tidak adanya keinginan untuk terus meningkatkan kesadaran masyarakat dalam hal bergotong royong, namun Kepala Desa telah melakukan upaya dengan cara-cara yang sekiranya tidak memberatkan kepada masyarakat dan juga cara yang dirasa oleh beliau lebih efektif. namun Kepala Desa Bantarjati menjaga agar hal- hal yang tidak diiginkan terjadi. Maka dari itu strategi koersif ini sangat jarang bahkan bisa dibilang tidakpernah diterapkan dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk bergotong royong

KESIMPULAN

Kepala Desa Bantarjati telah memberikan instruksi kepada masyarakat bantarjati untuk terus berkontribusi disetiap kegiatan gotong royong yang ada di masyarakat wilayah Desa Bantarjati. Kepala Desa Bantarjati memiliki strategi komunikasi dengan menggunakan Teknik Redundancy (Repition) contohnya mengulang- ulang informasi yang disampaikan dan Canalizing contohnya mengolah pesan yang disampaikan agar dapat dengan mudah dipahami oleh khalayak. Pesan instruksi mengenai kegiatan gotong royong yang disampaikan kepada masyarakat bersifat informatif dan juga persuasif. Kepala Desa Bantarjati menggunakan pertemuan langsung sebagai media yang digunakan dalam menyampaikan informasi terkait dengan instruksi gotong royong kepada masyarakat. Pemerintah Desa Bantarjati melaui Kepala Desa Bantarjati pun melakukan upaya agar dapat mengubah budaya Masyarakat agar lebih mempererat persatuan dan juga kekompakan dalam melakukan giat gotong royong di Masyarakat, dengan upaya upaya atau strategi yang dimiliki oleh Kepala Desa Bantarjati diharapkan dapat mengubah kebudayaan Masyarakat kea rah yang lebih baik, khususnya dalam segi gotong royong. Namun disamping itu banyak aspek-aspek yang masih harus ditingkatkan agar tujuan komunikasi yang dimiliki oleh Kepala Desa Bantarjati dapat segara terlaksana.

Terkadang dengan paksaan malah membuat masyarakat malah semakin malas untuk berkontribusi dalam kegiatan bergotong royong, walau memang tidak semuanya seperti itu,

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, A. (1994). Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar ringkas. CV ARMICO BANDUNG.

Effendy, O. U. (2019). Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek (29th ed.). Remaja Rosdakarya.

Febri hastuti. (2018). Budaya Gotong Royong. 6(1), 1–8.

Murniati, M., & Muqodim, M. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL KEPALA DESA DALAM UPAYA PENCEGAHAN COVID-19 DI DESA KALIAMAN KECAMATAN KEMBANG KABUPATEN JEPARA. An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam, 13(2), 133–138.

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

ISSN: 2964-6723 (Online)

Nasution, S. (2003). Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. Tarsito.

Pramujiono, H. (2018). Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Bergotong Royong Di Desa Siwalan (Studi Kasus Strategi Komunikasi Kepala Desa Siwalan Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo). 1–81.

Prof. Deddy Mulyana, MA., P. D. (2019). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (22nd ed.). PT Remaja Rosdakarya.

Copyright © 2022, Template JIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
ISSN: 2964-6723 (Online)