

**STRATEGI KOMUNIKASI ITDC DALAM MEMBANGUN PARTISIPASI
MASYARAKAT UNTUK PENGEMBANGAN KEK MANDALIKA**

TESIS

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram sebagai persyaratan
memperoleh gelar Magister Komunikasi Penyiaran Islam



Oleh: Aziz Muslim

NIM: 190405022

SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
TAHUN AKADEMIK
2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis oleh Aziz Muslim, NIM : 190405022 dengan judul:

“STRATEGI KOMUNIKASI ITDC DALAM MEMBANGUN PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK PENGEMBANGAN KEK MANDALIKA”

Telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal 16/12/ 2021/2022

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Fahrurrozi, SQ., MA

NIP: 197512312005011010

Pembimbing II



Dr. Kadri., M.Si

NIP: 197310181998031002

LEMBAR PENGESAHAN

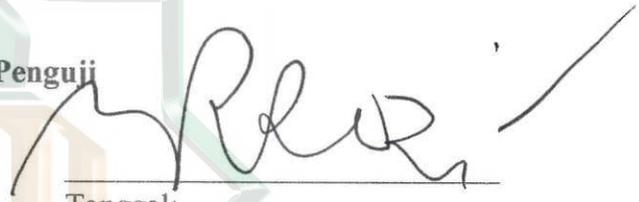
Tesis oleh Aziz Muslim, NIM : 190405022 dengan judul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI ITDC DALAM MEMBANGUN
PARTISIPASI MASYARAKAT UNTUK PENGEMBANGAN KEK
MANDALIKA”**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Sekolah Pascasarjana Universitas
Islam Negeri Mataram, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) pada
tanggal 30/12/ 2021/2022

Dewan Penguji

Prof. Dr. H. Fahrurrozi, M.A
Penguji/Pembimbing I



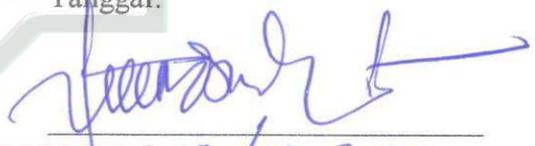
Tanggal:

Dr. Kadri, M.Si
Penguji/Pembimbing II



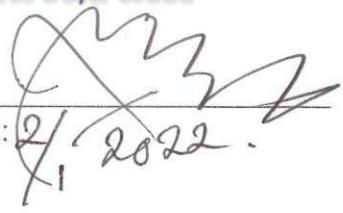
Tanggal:

Dr. Abdul Malik M.Ag., M.Pd
Penguji /Ketua Sidang



Tanggal: 08/01-2022

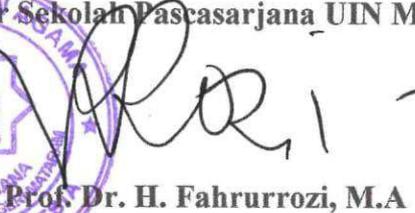
Dr. H. Moh. Fahkri, M.Pd
Penguji Utama



Tanggal: 2/2022

**Mengetahui,
Direktur Sekolah Pascasarjana UIN Mataram**




Prof. Dr. H. Fahrurrozi, M.A

ABSTRAK

Strategi Komunikasi adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam pembangunan. Peran serta masyarakat dalam pengembangan pembangunan KEK Mandalika merupakan bentuk partisipasi secara akomodatif yang bisa menunjang keberhasilan pembangunan sesuai dengan potensi dan kualitas yang dimilikinya. Hal ini dilakukan dalam rangka menciptakan kesejahteraan masyarakat, memiliki kemandirian ekonomi masyarakat dan meminimalisir timbulnya berbagai masalah-masalah sosial.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis mengenai strategi komunikasi ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat untuk pengembangan KEK Mandalika. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dimana prosedur dalam penelitian ini memperoleh data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau informasi dari masyarakat yang terdampak langsung oleh pembangunan KEK Mandalika. Teknik pengumpulan data yang digunakan, bersumber dari data jenis data yaitu, data primer dan sekunder. Data primer adalah jenis data yang bersumber dari lapangan, hasil observasi dan hasil wawancara baik secara terstruktur dan tidak terstruktur. Sedangkan data sekunder adalah jenis data yang bersumber dari karya-karya tulis ilmiah seperti, buku, artikel, jurnal, dan lain-lain yang berhubungan dengan konteks penelitian.

Dalam konteks ini peneliti cenderung melihat dan menganalisis strategi komunikasi ITDC berdasarkan kajian teori “strategi” dari George Stienen dan Jhon Mineer. Sedangkan kajian teori komunikasi akan dilihat dan di analisis melalui kajian teori “komunikasi” dari Lasst Well dan Onong Uchjana. Berbagai masukan, saran dan kritikan bahkan penolakan secara langsung terhadap ITDC oleh masyarakat yang terdampak langsung dari pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika, tentu akan berdampak terhadap stabilitas pembangunan secara optimal. Dengan berbagai persoalan dan masalah pembangunan yang melibatkan pihak ITDC, pemerintah dan masyarakat, tentu dibutuhkan strategi komunikasi agar masyarakat dapat menjadi bagian penting dari pengembangan pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika, di Desa Kute, Pujut. Lombok Tengah.

Keywords : Strategi, Komunikasi, Partisipasi dan Masyarakat

ABSTRACT

Communication strategy is one of the most important aspects of development. Community participation in the development of the Mandalika SEZ is an accommodative form of participation that can support the success of development following its potential and quality. This is done to create community welfare, have community economic independence and raise various social problems.

This study uses a descriptive method that aims to describe and analyze the communication strategy of ITDC in building community participation for the development of the Mandalika SEZ. The approach used in this research is qualitative, where the procedure in this study obtains descriptive data in the form of written words or information from the community that was established directly by the construction of the Mandalika SEZ. Data collection techniques used, sourced from the type of data, namely, primary and secondary data. Primary data is the type of data that comes from the field, the results of observations and interviews both structured and unstructured. While secondary data is a type of data that comes from scientific writings such as books, articles, journals, and others related to research contexts.

In this context, researchers tend to view and analyze ITDC communication strategies based on the study of "strategy" theory from George Steiner and John Mineer. While the study of communication theory will be seen and analyzed through the study of the "communication" theory from Last Well and Onong Uchjana. Various inputs, suggestions and criticisms, even directly to ITDC by the community directly from the construction of the Mandalika SEZ MotoGP Circuit, will certainly have an optimal impact on development. With various problems and development problems involving ITDC, government and the community, of course, a communication strategy is needed so that the community can become an important part of developing the Mandalika SEZ MotoGP circuit, in Kute Village, Pujut. Central Lombok.

Keywords: Strategy, Communication, Participation and Society

MOTTO

There is no easy walk to freedom anywhere, and many of us will have to pass through the valley of the shadow of death. Again and again before we reach the mountain top of our desires. (Nelson Mandela)

“Tidak ada jalan mudah menuju kebebasan, dan banyak dari kita akan harus melewati lembah gelap menyheramkan. Lagi dan lagi sebelum akhirnya kita meraih puncak kebahagiaan.”

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

Tesis ini kupersembahkan untuk:

(Alm. Ayah dan Ibu tercinta) untuk ibuku tersayang, aku tau perjuangan dan doamu yang bisa mengantarkan aku hingga detik ini. Ibu, jasmu abadi dalam hidupku selama-lamanya. Terimakasih ibu.

Untuk Istriku tercinta engkau adalah penyemangat hidupku. Engkau yang selalu memberi dukungan dan motivasi. Doa-doa yang engkau panjatkan agar aku selalu dipermudah kini telah sampai pada titik akhir perjuangan. Terimakasih istriku sayang I Love You

Untuk kakak dan keluarga besarku. Aku sangat berterimakasih atas support yang selama ini kalian berikan ke saya. Semangat serta dukungan yang selalu kalian berikan telah mampu aku tunjukkan dengan hasil akhir dari perjuanganku selama ini. Terimakasih kakak beserta keluarga besarku tercinta.

Terakhir untuk senior dan sahabat-sahabatku yang selama ini juga turut membantu dengan tulus ikhlas dalam menyelesaikan tugas Tesis saya. Saya ucapkan banyak terimakasih semoga bantuan teman-teman, sahabat dan kawan-kawan semua dicatat sebagai amal ibadah dihadapan Allah SWT. Amin.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, Dia-lah Tuhan pencipta alam semesta. Atas segala limpahan rahmat, hidayah dan inayahnya, Iman, Isalam dan Ihsan kepada kita semua, sehingga kita dapat menjalankan segala kewajiban kita untuk beribadah kepadanya dengan baik. Shalawat beserta salam sentatiasa kita panjatkan atas junjungan alam Nabi besar Muhammad Saw, juga kepada keluarganya, para sahabatnya dan mudah-mudahan kita semua yang menjadi pengikutnya senantiasa mendapatkan syafa'atnya kelak di hari yaumul hisab. Amin. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian Tesis ini, tentu tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan keterlibatan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sangat berterimakasih dan mengapresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah terlibat dan turut serta membantu saya dalam menyelesaikan penulisan tesis ini sehingga dapat memenuhi kualifikasi akademis untuk dapat dipertanggung jawabkan sebagaimana mestinya. Sekali lagi saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. TGH. Fahrurrozi Dahlan, SQ. MA selaku pembimbing satu. Beliau membimbing saya dengan penuh keikhlasan dan selalu memberi kesempatan dan waktu luang untuk membimbing penulisan tesis ini. Beliau memberi berbagai masukan, kritikan, dan saran sekaligus wawasan yang sangat luar biasa agar tesis ini dapat di selesaikan dengan baik.
2. Saya juga mengucapkan terimakasih setinggi-tingginya kepada Bapak, Dr. Kadri, M.Si selaku pembimbing dua yang sangat luar biasa. Beliau begitu tulus dalam membimbing saya dengan selalu meberikan semangat dan motivasi agar tesis saya dapat diselesaikan tepat waktu. Tentu atas arahan, masukan dan saran beliaulah tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kepada Bapak Dr. H. Moh. Fakhri, M.Pd, saya juga banyak-banyak terimakasih atas segala dukungan, kemudahan dan kesempatan yang luar biasa telah di berikan kepada saya untuk dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu.

4. Ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Bapak. Prof. Dr. TGH. Masnun Tahir, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mataram (UIN) yang telah memberikan kami tempat, wadah untuk belajar sebagai Mahasiswa Pascasarjana dalam menuntut ilmu dan diberikan bimbingan bahkan selalu di ingatkan agar kami tidak perlu belama-lama di kampus untuk menyelesaikan studi. Artinya beliau mengharapkan kepada seluruh Mahasiswanya agar dapat menyelesaikan studi selalu tepat waktu dan dengan kualitas yang terbaik.
5. Terakhir saya mengucapkan terimakasih banyak kepada Ibu dan Istri saya tercinta yang selalu setia menemani, dikala merasa lelah, dan bahkan sesekali waktu mengeluh. Tapi kehadiran Ibu dan Istri saya kemudian rasa lelah dan mengeluh tersebut seakan hilang seketika. Terimakasih juga saya ucapkan kepada Kakak saya, Keluarga saya tercinta, Sahabat-sahabat saya, kawan-kawan saya dan semua teman-teman saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Dukukngan motivasi dari kalian menghantarkan saya pada titik akhir perjuangan penulisan teisi ini. Sekali lagi saya ucapkan terimakasih banyak yang setinggi-tingginya. Semoga bantuan kalian senantiasa di catat sebagai amal ibadah oleh Allah SWT. Amin.

Perpustakaan UIN Mataram

Mataram, 20 Desember 2021

Penulis

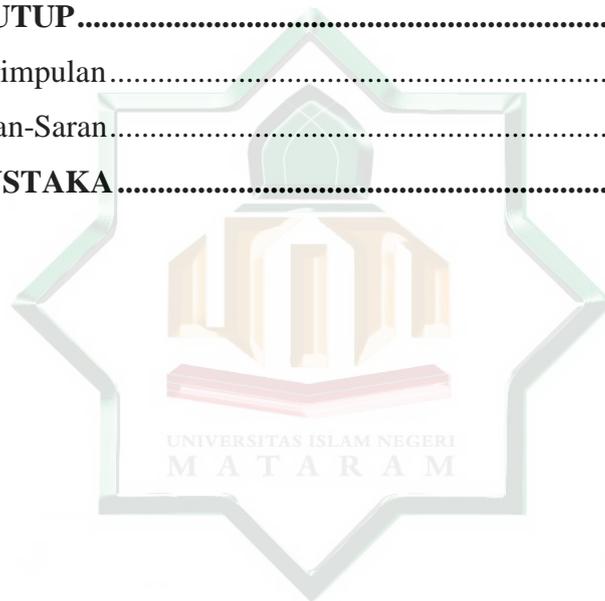
AZIZ MUSLIM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR LOGO	ii
KOVER DALAM.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN PENGUJI	v
PERNYATAAN ASLI KARYA.....	vi
ABSTRAK	vii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah	12
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	13
E. Tujuan Kajian Yang Terdahulu	15
F. Metodologi Penelitian.....	19
1. Pendekatan penelitian	19
2. Paradigma penelitian	20
3. Lokasi penelitian.....	20
4. Kehadiran penelitian.....	21
5. Sumber data	23
6. Tehnik pengumpulan data	24
7. Analisis data	26
G. Sistematika Pembahasan.....	28

BAB II DISKURSUS TEORI STRATEGI KOMUNIKASI.....	30
A. Strategi Komunikasi	31
1. Pengertian strategi	31
2. Tahapan-tahapan strategi	34
B. Komunikasi.....	36
1. Pengertian komunikasi	36
2. Unsur-unsur komunikasi.....	38
3. Media komunikasi	40
4. Strategi komunikasi	44
C. Teori Dalam Strategi Komunikasi.....	48
D. Unsur-Unsur Dalam Strategi Komunikasi.....	51
E. Komunikasi Pemerintah	58
F. Komunikasi Organisasi.....	59
BAB III DISKRIPSI UMUM MASYARAKAT KABUPATEN LOMBOK TENGAH.....	63
A. Kondisi Geografis Masyarakat Lombok Tengah.....	64
B. Demografi Dan Profil Singkat DesaKute, Lombok Tengah.....	67
C. Sistem Sosial Kehidupan Masyarakat Di Sekitaran Objek Pariwisata .	71
1. Sekotr pariwisata	71
2. Perkembangan pariwisata pesisir.....	73
3. Tingkat partisipasi masyarakat	76
4. Dinamika perkembangan kawasan pariwisata pesisir	76
D. Dampak Sosio-Kultural Bagi Masyarakat Atas Pembangunan KEK Mandalika	82
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	89
A. Strategi Membangun Partisipasi Masyarakat	89
B. Pendekatan Persuasif Dalam Membangun Komunikasi.....	96
1. Bentuk partisipasi non fisik	96
2. Bentuk partisipasi fisik	96

3. Keberhasilan strategi pemerintah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.....	97
C. Strategi Komunikasi Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Program Pengembangan Masyarakat	98
D. Masyarakat DalamPartisipasi Pembangunan KEK Mandalika	101
E. KEK Mandalika Sebagai Instrumental Pembangunan Ekonomi Masyarakat.....	111
BAB V PENUTUP	116
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran-Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	120



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika adalah kawasan dengan batas tertentu yang mencakup suatu wilayah untuk menyelenggarakan fungsi perekonomian dengan memperoleh fasilitas tertentu. Kawasan Ekonomi Khusus dikembangkan melalui penyiapan kawasan potensial karena memiliki keunggulan secara geoekonomi dan geostrategi hingga berfungsi untuk menampung kegiatan industri, ekspor, impor, dan kegiatan ekonomi lainnya yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan daya saing secara internasional.¹

KEK Mandalika menjadi salah satu destinasi prioritas pariwisata di Lombok Tengah. Saat ini KEK muncul menjadi industri yang secara aktif dipromosikan sebagai mesin penggerak ekonomi oleh pemerintah. Pembangunan Sirkuit MotoGP di pinggir pantai Desa Kute merupakan salah satu pengembangan destinasi pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah untuk menggerakkan ekonomi masyarakat.²

Perekonomian masyarakat dijalar pariwisata banyak menghasilkan peningkatan ekonomi yang tinggi pula bagi para pelaku ekonomi.³ Harus diakui bahwa pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di

¹ KEK adalah terobosan pengembangan wilayah yang memiliki sasaran peningkatan penanaman modal, optimalisasi industri wilayah untuk pertumbuhan ekonomi.. <https://kekekon.go.id/kek-di-indonesia/mandalika>. - Bing. Diakses pada tanggal 29 Juni, 2021. Pukul: 21:30-Selesai.

² Zulfan Asri Ramdani, M. Sani Roychansyah & Yori Herwangi, Peran Pemerintah dalam Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Provinsi Nusa Tenggara Barat, Jurnal *Planoearth*, Volume 5, No. 1 Februari 2020, 1.

³ Law, A. DeLacy, T. McGrath, G.M. *A green economy indicator framework for tourism destinations*. J. Sustain. Tour. . <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1284857.2017>. Akses pada tanggal 5 Juli 2021. Pukul: 09: 30-Selesai.

Kute Lombok Tengah, telah mendorong terciptanya jenis pekerjaan baru sekaligus menumbuh kembangkan perekonomian masyarakat secara cepat.

Di sisi lain, pembangunan KEK Mandalika terbilang cukup alot dalam proses pembangunannya karena masih terdapat sejumlah masalah-masalah sengketa lahan dari masyarakat sekitar. Misalnya; salah seorang warga Desa Kute memilih untuk tetap bertahan dan tidak ingin meninggalkan tanah miliknya karena merasa belum pernah menjual lahannya kepada pemerintah. Tetapi warga lainnya telah memperoleh informasi bahwa tanah mereka sudah menjadi milik negara meskipun mereka merasa tidak pernah menjualnya.⁴ Hanya saja pihak pengembang merasa yakin bahwa mereka telah bertindak secara adil dan memberikan kompensasi lahan dengan nilai yang dianggap sesuai bagi warga yang mempunyai kelengkapan data atau bukti kepemilikan lahan secara sah.

Penolakan warga di Dusun Nandus Desa Mertak juga terjadi saat pihak ITDC melakukan penggusuran tanah untuk membuka lahan pembangunan jalan menuju Sirkuit MotoGP Mandalika. Penolakan itu terjadi karena warga mengaku mereka belum pernah menerima pembayaran lahan miliknya sama sekali yang masuk dalam proyek pembangunan sebagai jalan pendukung menuju Sirkuit MotoGP Mandalika.

Berbagai persoalan-persoalan lainnya juga terus bermunculan yang hampir semua pengakuan warga Desa Kute, rata-rata mempermasalahakan sengketa lahan karena belum dilunasi atau dibayar oleh pihak pengelola

⁴ [MotoGP di Sirkuit Mandalika dan tuduhan pelanggaran HAM PBB yang disebut 'upaya menjatuhkan Indonesia' - BBC News Indonesia](#). Akses pada tanggal 2 Januari, 2022. Pukul: 09:30

proyek Sirkuit MotoGP Mandalika. Sejumlah persoalan-persolan tersebut kadang hanya diselesaikan dengan cara yang kontraproduktif, intimidatif hingga upaya-upaya penyelesaian sengketa lahan secara humanistik oleh pihak ITDC. Hal ini menuai banyak protes dari berbagai kalangan aktivis dan warga masyarakat yang dinilai tidak tepat. Oleh karena itu, masyarakat dan pihak ITDC terus berselisih paham atas pembangunan pengembangan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika.

Terlepas dari persoalan di atas, peranan KEK Mandalika adalah sebagai sektor yang dapat mendorong lajunya pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu daerah. Di tambah dengan peranannya sebagai objek Wisata dunia yang juga menunjang ekonomi masyarakat terutama terkait dengan adanya peraturan otonomi daerah. Kebijakan ini diberlakukan atas dasar masyarakat daerah yang memiliki modal dan dapat diandalkan untuk kemajuan daerahnya, terutama pada kegiatan pariwisata. Karena itu, pemerintah harus melibatkan masyarakat dalam proses pembangunan di Sirkuit Mandalika Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah sebagai langkah awal dalam pelaksanaan pembangunan tersebut. Berkaitan dengan objek pariwisata, dalam konteks ini, beberapa jenis wisata yang dapat dijadikan sebagai sumber devisa Negara seperti; Wisata Bahari, Wisata Sejarah, Wisata Budaya, Wisata Belanja dan Wisata Keagamaan.⁵

⁵ Tempat wisata itu antara lain: Pantai, Taman, Laut, Hutan, Pegunungan, Pusat Perbelanjaan atau Mall, Tempat bersejarah, Museum, Kuliner, Danau dan lain-lain. <https://dipar.bone.go.id/2029/02/18/jenis-jenis-tempat-wisata-berdasarkan-motif-wisatawan-lokasi-tujuan-dan-perjalanan>. Akses pada tanggal 1 Juli, 2021. Pukul: 09:30-Selesai.

Komitment pemerintah dalam membangun Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika adalah di tunjukan melalui berbagai regulasi guna mempercepat proses pembangunan untuk mencapai keberhasilan dibidang pariwisata. Pemerintah juga memastikan mampu memobilisasi sumber daya yang ada untuk pengembangan pariwisata secara optimal. Oleh karena itu, sebagai bentuk keseriusan pemerintah, pengembangan sektor pariwisata dapat dilihat dari peraturan yang telah dibentuk guna mengatur ketertiban dalam kegiatan bisnis disektor pariwisata seperti; UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.⁶ Perpres Nomor 2 Tahun 2007 tentang Pengesahan ASEAN Tourism Agreement (Persetujuan Pariwisata ASEAN).⁷ Instruksi Presiden Nomor 16 Tahun 2005 Tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata.⁸ Peraturan Menbudpar No. KM-67/UM.001MKP/2004 tentang Pedoman Umum Pengembangan Pariwisata di Pulau-pulau Kecil.⁹

Dalam kaitannya dengan sejumlah peraturan di atas, dapat dipastikan bahwa peraturan tersebut membentuk berbagai kebijakan yang mampu mengkaper kepentingan publik. Misalnya; kebijakan yang dibuat pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata adalah bagian dari salah satu jenis

⁶ Keputusan Presiden RI tentang Undang-Undang Kepariwisataan pada Pasal 1. https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/4636_1364-UUTentangKepariwisataannet. Akses pada tanggal 29 Juni, 2021. Pukul: 10:30-Selesai.

⁷ Peraturan Presiden Tentang Pengesahan Asean Tourism Agreement. https://jdih.maritim.go.id/cfind/source/files/perpres/2006-2010/peraturan_presiden_no_2_th_2007. Akses pada tanggal 29 Juni, 2021. Pukul 10:30-Selesai.

⁸ Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2005 Tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan Dan Pariwisata [INSTRUKSI PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA \(bpk.go.id\) https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin?assets/uploads/meida/old_file/1138_1266-INPRES1605](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin?assets/uploads/meida/old_file/1138_1266-INPRES1605). Akses pada tanggal 1 Juli, 2021. Pukul 18:12-Selesai.

⁹ https://jdih.mkri.id/mg58ufsc89hrsg/permenbudpar_67_2004. Akses pada tanggal 1 Juli, 2021. Pukul: 18: 30-Selesai.

kebijakan publik. Menurut *Young dan Quinn*, kebijakan Publik sebagaimana yang dikutip oleh Edi Suharto dalam bukunya adalah:

1. Tindakan pemerintah yang berwenang. Kebijakan publik adalah tindakan yang dibuat untuk diimplementasikan oleh pemerintah yang memiliki kewenangan hukum, politis dan finansial.
2. Reaksi terhadap kebutuhan dan masalah dunia nyata. Kebijakan publik berupaya merespon masalah atau kebutuhan konkerit yang berkembang dimasyarakat.
3. Seperangkat tindakan yang berorientasi pada tujuan. Kebijakan publik biasanya bukanlah sebuah keputusan tunggal, tetapi terdiri dari beberapa pilihan tindakan atau strategi yang dibuat guna mencapai tujuan tertentu untuk kepentingan orang banyak.
4. Sebuah keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Kebijakan publik umumnya sebagai tindakan kolektif dalam memecahkan masalah sosial.
5. Justifikasi yang dibuat oleh seorang dari beberapa aktor. Kebijakan publik berisi pernyataan atau justifikasi terhadap langkah-langkah atau rencana tindakan yang telah dirumuskan, bukan sebuah maksud atau janji yang belum dirumuskan.¹⁰

Penjelasan diatas, menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata adalah salah satu bentuk kebijakan publik karena pengembangan pariwisata juga menyangkut kebijakan pemerintah dalam memecahkan

¹⁰ Edi Suharto, *Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah Dn Kebijakan Sosial*, (Bandung, Alfabeta 2015), 44.

masalah yang dihadapi khususnya permasalahan ekonomi, karena pariwisata dipandang sebagai suatu pilihan untuk mendapatkan sumber pendapatan baru bagi suatu negara atau daerah tertentu.

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, tentu bukan sekedar prioritas pariwisata semata, tetapi karena adanya sejumlah potensi-potensi yang mendukung perkembangannya. Seperti yang diketahui bahwa sejumlah destinasi pariwisata yang sedang dikembangkan oleh pemerintah saat ini, salah satunya adalah KEK Mandalika yang menjadi super prioritas karena memenuhi sektor pembangunan nasional. Sektor yang dimaksud adalah sektor pangan, sektor energi, maritim, pariwisata, kawasan industri dan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika.¹¹ Berbagai penelitian dan hasil survei juga telah banyak dilakukan dari berbagai kalangan, salah satunya adalah Bank Indonesia (BI) yang berhasil menghimpun data dan fakta di lapangan berdasarkan opini wisatawan, bahwa pariwisata di Lombok memiliki keunggulan lebih pada keindahan alam jika dibandingkan dengan destinasi wisata lain yang pernah dikunjungi.¹²

Ditetapkannya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai destinasi pembangunan pariwisata Indonesia oleh pemerintah tentu berdampak pada citra pariwisata Nusa Tenggara Barat (NTB) yang terus

¹¹ Muhammad Arief Satrio, "Wonderful Indonesia" *Jurnal Indonesia Perspective*, Volume, 6 No. 1 Januari-Juni, 2021, 68.

¹² <https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2016-01-21/kek-pariwisata-mandalika-potensi-pendorong-ekonomi-ntb>. Akses pada tanggal 2 Juli, 2021. Pukul: 18:30-Selesai.

menunjukkan trend positif.¹³ Melalui proses pengadaan tanah sebagai lahan pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, juga telah disesuaikan dengan Undang-Undang No. 2 Tahun 2012 tentang pengadaan tanah bagi pembangunan untuk kepentingan umum dan berlanjut pada UU No. 11 2020 tentang Cipta Kerja. Oleh karena itu, tuntasnya hasil pengadaan tanah penlok II KEK Mandalika tentu tidak terlepas dari dukungan seluruh pihak yang terlibat.

Menurut Menpar, pelaksanaan pengadaan tanah ini merupakan wujud dukungan upaya pengembangan KEK Mandalika menjadi KEK pariwisata. Hal ini adalah bentuk percepatan pemulihan sektor parekraf di NTB hingga dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat. Dia menegaskan, pelaksanaan ganti uang kepada masyarakat pemilik tanah pun sudah dilakukan. “Tidak ada unsur paksaan, tanpa kehadiran dari unsur aparat keamanan, karena semua dilaksanakan dalam proses keikhlasan.”¹⁴

Pemerintah memandang pentingnya pemabangunan Sirkuit Mandalika di Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah sebagai langkah awal untuk memajukan perekonomian Nusa Tenggara Barat (NTB). Oleh karena itu pemerintah dan pihak ITDC terus berupaya melakukan berbagai mediasi dan komunikasi pada masyarakat untuk keberlangsungan pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dan Sirkuit MotoGp di Desa

¹³ Sri Hermalia Wulandari, Siti Chotijh & I Wayan Suadnya, Strategi Komunikasi Pemasaran Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai Destinasi Pariwisata Prioritas Pasca Gempa Lombok 2018, JcommSci Vol. 2 No. 3, 2019, 159.

¹⁴ <https://www.kompas.com/properti/read/2021/05/07/150000721/resmi-tanah-6-5-hektar-kek-mandalika-diserahkan-ke-kemenparekraf>. Akses pada tanggal 2 Juli, 2021. Pukul: 11:30-Selesai.

Kute, Lombok Tengah melalui Touris development Corporation (ITDC). Presiden RI, Joko Widodo juga telah menetapkan KEK Mandalika dalam peraturan pemerintah No 52 Tahun 2014 sebagai program strategis pengembangan ekonomi Nasional. Presiden meresmikan beroprasinya 1000 Hakter KEK Mandalika pada 20 Oktober 2017 dengan nilai investasi mencapai 13 triliun.¹⁵

Pada bidang lainnya, KEK juga bisa satu atau beberapa zona, seperti halnya zona pengolahan ekspor, logistik, industri, pengembangan teknologi, pariwisata, dan energi yang kegiatannya untuk ekspor dalam negeri. KEK Mandalika adalah Proyek Strategis Nasional dan salah satu KEK yang dikembangkan oleh Pemerintah RI, bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Kabupaten Lombok Tengah pada Sektor Pariwisata untuk mengakselerasi pertumbuhan sektor pariwisata Provinsi NTB.

Pengembangan Pariwisata Lombok yang merupakan aset eks Badan Penyehatan Perbankan Nasional dan telah dialihkan seluruh sahamnya kepada PT. Pengembangan Pariwisata Bali, Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2008 tentang Penambahan Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia ke Dalam Modal Saham Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Pengembangan Pariwisata Bali. Selanjutnya, PT Pengembangan Pariwisata Bali berganti nama menjadi PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau Indonesia Tourism Development

¹⁵ <https://majalah.tempo.co/read/hukum/161568/latar-belakang-pembangunan-sirkuit-pulau-lombok>. Akses pada tanggal 3 Juli, 2021. Pukul: 10:00 Wita-Selesai.

Corporation (ITDC).¹⁶ Dalam hal ini pihak ITDC harus berhadapan dengan masyarakat guna kepentingan pelaksanaan pembangunan. Berkaitan dengan hal tersebut, pelibatan partisipasi aktif masyarakat adalah hal penting yang harus dilakukan oleh pemerintah dan ITDC untuk mewujudkan stabilitas pembangunan agar dapat meminimalisir gejala-gejala konflik pada masyarakat. Meskipun demikian, pada kenyataannya konflik kadang-kadang terjadi dan tak terhindarkan. Upaya-paya pemerintah dan ITDC melakukan penyelesaian masalah-masalah yang terjadi di masyarakat pun terus dilakukan secara konsisten melalui mediasi, komunikasi hingga mengajak masyarakat berpartisipasi membangun Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai aset pendapatan daerah Nusa Tenggara Barat.

Berbagai masukan, saran dan juga kritikan bagi ITDC selaku pengelola megaprojek Sirkuit Mandalika terus diterima dari berbagai pihak. Oleh karena itu, harusnya pemerintah daerah Provinsi dan Kabupaten, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan juga ITDC segera membentuk posko bersama MotoGP di Mandalika untuk memduahkan pengontrolan atau monitoring secara terus-menerus terhadap permasalahan yang muncul di hari-hari menuju MotoGP 2021 tersebut dapat segera dihadirkan.¹⁷

Terkait dengan berbagai persoalan yang terjadi antara pihak ITDC dengan masyarakat, bagaimanapun juga pembangunan Sirkuit MotoGP Mandalika harus tetap dipersiapkan dengan matang, jika tidak, hal ini akan

¹⁶ Sri Hartono, *Mandalika Punya Kita*, Exotica Senggigi, 2018, 7-8.

¹⁷ <https://sport.tempo.co/read/1386122/anggota-dpr-soroti-sengketa-laha-pembangunan-sirkuit-mandalika/full&vew=ok>. Akses pada tanggal 4 Juli, 2021. Pukul: 10-30 Wita-Selesai.

merusak sekaligus membahayakan citra pariwisata Indonesia di mata dunia. Oleh karena itu, pihak ITDC harus mampu menyelesaikan persoalan-persoalan yang terjadi di masyarakat sehingga pembangunan KEK Mandalika dapat berjalan lancar dan optimal.

Dalam membangun partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela, murni dan bertanggung jawab,¹⁸ adalah perlu adanya strategi komunikasi sebagai alat atau media agar mampu mewujudkan keikutsertaan masyarakat serta dapat merancang pesan pembangunan yang dibutuhkan dalam rangka proses perubahan perilaku masyarakat, guna memperoleh pengetahuan, keterampilan dan sikap mereka untuk berperilaku dengan menerapkan pesan pembangunan tersebut baik berupa ide, gagasan dan teknologi yang dipilih untuk mencapai perbaikan mutu hidup yang diharapkan.¹⁹

Selain itu, pembangunan yang bersekala nasional maupun internasional juga sangat memerlukan adanya prinsip-prinsip desentralisasi, yaitu pemerintah atau para pemegang kebijakan dalam pembangunan yang dimaksud harus mampu bergerak dari tingkat bawah (*bottom up*), untuk melibatkan masyarakat secara aktif (*participatory*) agar dapat dilaksanakan dari dan bersama masyarakat (*from and with people*).²⁰ Keaktifan pemerintah dalam pembangunan KEK Mandalika harus disertai dengan berbagai usaha

¹⁸ Santoso S Hamijoyo, Konflik Sosial Dengan Tindak Kekerasan Dan Peranan Komunikasi, Jurnal *Mediator* Vol. 2- No. 1 2001, 28.

¹⁹ Afia E P Tahoba, Strategi Komunikasi Dalam Program Pengembangan Masyarakat (Community Development): Kasus Program Community Development Pada Komunitas Adat Terkena Dampak Langsung Proyek Lng Tangguh Di Sekitar Teluk Bintuni Kabupaten Teluk Bintuni Provinsi Papua Barat (Pengembangan Pulau-Pulau Kecil 2011), 190.

²⁰ Fathurrahman Fadil, Partisipasi Masyarakat Dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Di Kelurahan Kotabaru Tengah, Jurnal *Ilmu Politik dan Pemerintahan Lokal*, Volume 2 No. 2, Juli-Desember, 2013, 251-252.

untuk melibatkan masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat bisa terlibat secara aktif dalam proses pembangunan tersebut, karena tanpa keterlibatan masyarakat, akan terjadi kurang-efektifan dalam sebuah pembangunan baik yang berskala nasional maupun internasional. Dalam menggerakkan partisipasi masyarakat tentu bukan hanya sekedar esensial untuk mendukung kegiatan pembangunan pemerintah semata, tetapi bagaimana masyarakat dapat berperan aktif untuk menggerakkan dan menciptakan iklim yang mendukung kegiatan pembangunan tersebut.²¹

Keterlibatan atau partisipasi masyarakat tentunya menjadi bagian dari peran pentingnya guna menentukan arah pembangunan, dan kebijakan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah (Tjokro-Amidjojo, 1992). Strategi komunikasi menurut Effendi (2002) merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen (*Communications Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk itu, dalam mewujudkan tujuan tersebut, maka strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis meskipun secara pendekatan (*approach*) bisa dijalankan dalam keadaan atau situasi yang berbeda tergantung dari situasi dan kondisi.²²

Berangkat dari permasalahan yang ada antara pihak ITDC dengan masyarakat terkait berlangsungnya pembangunan Sirkuit MotoGP dan KEK Mandalika di atas, maka menarik untuk di kaji dan diteliti. Selain itu,

²¹ Andi Surahmi & H. Muhammad Farid, Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang , Jurnal *Komunikasi Kareba*, Voluem 7, NO. 2 Juli, 2018, 233.

²² Effendy, Onong Uchajana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Remaja Rosdakarya. Bandung, 2002), 28

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat untuk pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dan apa saja langkah-langkah pihak ITDC membangun komunikasi kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat terlibat secara langsung dalam pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang terletak di sepanjang bibir Pantai Desa Kute, Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB).

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Merujuk pada latar belakang di atas, beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi diantaranya:

- 1) Adanya pembayaran ganti rugi kepada masyarakat yang terdampak oleh pengusuran atau pembebasan lahan untuk pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika.
- 2) Setiap pembangunan yang melibatkan partisipasi masyarakat memerlukan prinsip-prinsip desentralisasi yaitu, dimana pemerintah lembaga terkait harus mampu bergerak dan berkomunikasi dengan masyarakat.
- 3) Pembangunan Sirkuit MotoGP KEK-Mandalika tetap diprioritaskan secara optimal, tetapi di sisi lain penolakan masyarakat terhadap pembangunan KEK Mandalika juga sering kali tidak terhindarkan.

4) ITDC melakukan pengusruan lahan milik warga untuk kepentingan pembangunan karena merasa memiliki hak dan wewenang atas pengelolaan lahan. Tetapi kadang-kadang masyarakat menolak karena memiliki sertifikat sebelum pembayaran dilunasi oleh ITDC.

5) Warga desa Kute terutama warga yang terdampak langsung oleh pembangunan Sirkuit MotoGP, menuding pihak ITDC sebagai pengembang pariwisata KEK Mandalika melakukan pelanggaran HAM atas pembebasan lahan mereka.

2. Batasan Masalah

Penelitian ini terfokus pada kajian strategi komunikasi, pembangunan, dan partisipasi masyarakat untuk pengembangan KEK Mandalika di Desa Kute Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB).

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi ITDC menyelesaikan masalah pembangunan KEK Mandalika sehingga dapat membangun partisipasi masyarakat di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah.?
2. Seperti apa partisipasi masyarakat dalam pengembangan pembangunan KEK Mandalika di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah.?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi

komunikasi ITDC menyelesaikan masalah pembangunan KEK Mandalika sehingga dapat membangun partisipasi masyarakat di Desa Kute, Lombok Tengah dan seperti apa partisipasi masyarakat dalam pengembangan pembangunan KEK Mandalika di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Adapun analisis ini akan digunakan untuk:

- a. Memahami langkah-langkah awal ITDC selaku pengelola megaproyek Sirkuit MotoGP KEK Mandalika dapat membangun komunikasi dengan baik kepada masyarakat Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah.
- b. Untuk melakukan identifikasi terhadap upaya-upaya strategis yang telah dilakukan pihak ITDC dalam menyelesaikan masalah pembangunan KEK Mandalika di Kute, Lombok Tengah.
- c. Untuk menggambarkan secara sistematis mengenai masalah-masalah pembangunan Sirkuit MotoGp KEK Mandalika yang terjadi antara ITDC dengan masyarakat.
- d. Mengetahui bagaimana strategi komunikasi ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat untuk keberlangsungan pengembangan pembangunan KEK Mandalika.

2. Manfaat penelitian

- a. Penelitian ini, diharapkan bisa memberikan pengetahuan baru untuk kepentingan dunia akademis dan masyarakat supaya dapat mengetahui strategi komunikasi ITDC dalam memecahkan masalah-masalah

pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika.

- b. Melalui penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi secara komprehensif terutama tentang langkah-langkah strategis ITDC dalam membangun komunikasi terkait dengan masalah pembangunan KEK Mandalika di Desa Kute, Kabupaten Lombok Tengah.
- c. Adanya penelitian ini, nantinya diharapkan dapat membuka paradigma baru serta menambah wawasan keilmuan tentang strategi komunikasi dalam membangun partisipasi masyarakat untuk pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Kute, Kabupaten Lombok Tengah.

E. Tinjauan Kajian yang Terdahulu

Penelitian ini menganalisis Bagaimana strategi komunikasi ITDC menyelesaikan masalah pembangunan KEK Mandalika sehingga dapat membangun partisipasi masyarakat di Desa Kute, dan Seperti apa partisipasi masyarakat dalam pengembangan pembangunan KEK Mandalika di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah. Banyak penelitian sebelumnya yang membahas ITDC baik dalam kaitannya dengan konflik warga terkait pembebasan lahan di wilayah Sirkuit MotoGP Mandalika, tetapi masih sedikit yang membahas strategi komunikasi ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat di KEK Mandalika. Penelitian-penelitian sebelumnya antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Chtijah dengan judul “*Relasi Media Destinasi Superprioritas Mandalika dalam Pemberitaan Kesiapan*

Pelaksanaan Event MotoGP 2021.” Chtijah dalam hipotesa awal menyatakan bahwa Mandalika sebagai destinasi pariwisata superprioritas telah menjadi salah satu fokus utama pariwisata nasional. Adanya even MotoGP yang direncanakan akan digelar pada oktober 2021 menjadikan Mandalika sebagai salah satu primadona pariwisata Indonesia. Chtijah juga menyebutkan bahwa pengelola megaprojek telah banyak melakukan berbagai langkah strategis untuk mendukung pembangunan Mandalika sebagai destinasi super prioritas. Selain berfokus pada percepatan pembangunan infrastruktur dan SDM, salah satu fokus yang dilaksanakan oleh berbagai pihak adalah pemasaran dan juga promosi.

Dalam kesimpulannya, Siti Chtijah menyampaikan bahwa Mandalika sebagai destinasi superprioritas melalui ITDC dan Kementerian terkait menjalankan relasi media untuk menyebarluaskan informasi kesiapan pelaksanaan even MotoGP 2021. Relasi yang dijalankan dengan melakukan konferensi pers, mengeluarkan rilis media dan meningkatkan frekuensi pemberitaan diberbagai media ternama.²³ Namun perlu diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh Siti Chatijah tersebut secara tidak langsung memiliki titik persamaan dalam hal strategi komunikasi. Hanya saja Chtijah lebih cenderung membahas strategi komunikasi melalui media sebagai sistem pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh pemerintah dan pihak pengelola proyek untuk dipublikasikan di berbagai media-media ternama. Hal ini tentu sedikit berbeda dari penelitian yang akan peneliti lakukan baik

²³ Siti Chtijah, Relasi Media Destinasi Superprioritas Mandalika dalam Pemberitaan Kesiapan Pelaksanaan Event MotoGP 2021. *Journal Of Media and Communication Science*, Vol. 4, No.1, 2021.

secara objek maupun target yang ingin dicapai terhadap penelitian yang akan peneliti lakukan.

Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arief Satrio, dalam tulisannya menyatakan upaya pemerintah dalam mengembangkan pariwisata Mandalika melalui kerangka nation brand Wonderful Indonesia adalah sebagai bentuk komitmen pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai poros maritim dunia. Selain itu, ia juga mengatakan jika diturunkan dalam sektor pariwisata, maka pembangunan KEK Mandalika dapat dijadikan sebagai pusat industri pariwisata maritim prioritas utama. Hal ini diwujudkan dengan peluncuran 10 destinasi prioritas dimana 8 dari 10 destinasi tersebut adalah industri pariwisata maritim, dan salah satunya adalah Mandalika yang terletak di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Menurut Arief, salah satu destinasi pariwisata, yang saat ini menjadi super prioritas pemerintah adalah Sirkuit MotoGP KEK Mandalika yang dinilai akan mampu membawa dampak positif dari berbagai pihak. Bagi pemerintah, adanya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, dapat dipastikan akan mampu menjadi motor penggerak devisa dan bisa menambah pemasukan baik bagi pemerintah pusat maupun daerah dari sektor kepariwisataan. Eksistensi KEK Mandalika juga akan mampu menjadikan Provinsi NTB menjadi semakin maju, dengan melibatkan masyarakat setempat dalam mengembangkan pembangunan kawasan wisata ini. Melalui upaya-upaya tersebut, kawasan Mandalika dapat menjadi kawasan wisata

maritim yang bersifat internasional serta memiliki potensi besar dalam meningkatkan target pemerintah untuk dapat menghadirkan 20 juta wisatawan mancanegara.²⁴

Penelitian yang dilakukan Arief tersebut memiliki titik persamaan dengan penelitian yang nantinya peneliti akan amati dan analisis yaitu, pada konsep komunikasi. Hanya saja perlu diperhatikan bahwa konsep komunikasi dalam penelitian Arief hanya bertitik tolak pada konsep komunikasi melalui media, karena penelitiannya lebih cenderung melihat kepada upaya pemerintah terhadap peningkatan jumlah wisata yang nantinya akan berkunjung ke Sirkuit MotoGP KEK Mandalika di Desa Kute, Lombok Tengah. Sementara dari segi perbedaan dalam penelitian yang akan peneliti tulis adalah akan difokuskan kepada bagaimana strategi komunikasi ITDC menyelesaikan masalah pembangunan dan melibatkan partisipasi aktif masyarakat di Desa Kute sebagai tempat lokasi KEK Mandalika.

Berikutnya penelitian Sri Hermalia Wulandari, Siti Chotijah, dan I Wayan Suadnya, yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai Destinasi Pariwisata Prioritas Pasca Gempa Lombok 2018.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai Destinasi Prioritas Pasca Gempa 2018 oleh Dinas Pariwisata NTB. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasca gempa 2018 Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat melakukan proses perencanaan strategi komunikasi

²⁴ Muhammad Arief Satrio, Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka Branding “Wonderful Indonesia” *Jurnal Indonesia Pespective*, Volume 6, No. 1 Januari-Juni 2021.

melalui 4 langkah yakni Analisis Sasaran Komunikasi, Strategi Pesan, Menetapkan Metode dan Pemilihan Media.

Dalam promosi destinasi wisata, Dinas Pariwisata selalu menekankan aspek Branding, Advertising dan Selling. Untuk memperkuat promosi destinasi wisata, Dinas Pariwisata NTB melakukan publikasi dan promosi melalui Media (media cetak dan elektronik lokal maupun nasional), owned media (website), sosial media (Twitter, Facebook dan Instagram). Dalam pelaksanaan strategi tersebut Dinas Pariwisata berkerjasama dengan 5 unsur Pentahelix yakni dengan pihak Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah dan Media.²⁵ Penelitian ini juga selalu membahas terkait dengan komunikasi melalui media karena lebih cenderung ke promosi untuk melakukan publikasi terhadap adanya pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Kuta. Dan jelas berbeda dengan penelitian-penelitian yang membahas strategi komunikasi dalam mengembangkan partisipasi masyarakat di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika.

F. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan kualitatif. Penelitian seperti ini merupakan prosedur penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata secara tertulis maupun secara lisan terhadap orang lain termasuk sikap atau perilaku yang nantinya turut akan di amati. Penelitian kualitatif seperti ini, cenderung menekankan lebih

²⁵ Sri Hermalia Wulandari, Siti Chotijah & I Wayan Suadnya, Strategi Komunikasi Pemasaran Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai Destinasi Pariwisata Prioritas Pasca Gempa Lombok 2018. *Jurnal of Meida & Communication Science*, Volume 2, No. 3. 2019.

kepada makna atau proses daripada hasil suatu aktivitas.²⁶ Metode dalam penelitian ini juga bersifat studi kasus. Metode studi kasus adalah salah satu jenis penelitian deskriptif yang harus dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek (individu) lembaga atau gejala tertentu dari suatu daerah atau subjek yang sempit.²⁷

2. Paradigma Penelitian

Paradigma yaitu salah satu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata.²⁸ Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme di mana paradigma ini menyebutkan bahwa individu menginterpretasikan dan bereaksi sesuai kategori secara konseptual terhadap pikiran dan tindakannya masing-masing. Realitas tidak mesti akan selalu menggambarkan diri individu akan tetapi harus di pilter dari cara pandang orang lain terhadap realitas tersebut.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Selain itu, penelitian ini juga akan banyak terfokus untuk melakukan wawancara dan menggali informasi umumnya kepada masyarakat yang terdampak dari pembangunan KEK Mandalika dan wawancara di Kantor Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah. Sedangkan waktu penelitian akan dilakukan sejak surat ijin penelitian diterbitkan dari

²⁶ Lexy J. Meoloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), 3.

²⁷ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 116.

²⁸ Burhan Bungin, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: PT. Grapindo Persada, 2015), 39.

instansi terkait. Peneliti mengambil lokasi ini, mengingat adanya beberapa masalah terkait pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika yang selalu memicu terjadinya konflik pada masyarakat dengan ITDC.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan metode pendekatan fenomenologi secara kualitatif. Dalam konteks ini, setiap peneliti memerlukan penelitian yang menunjukkan cara pengumpulan dan menganalisis data, agar penelitian dapat dilaksanakan dengan konsisten, cermat, dan serasi terhadap tujuan penelitian. Pendekatan kualitatif merupakan bagian integral untuk mengetahui atau mengumpulkan data yang ditemukan di lapangan.²⁹ Pendekatan kualitatif ini lebih menekankan pada penemuan yang bersifat apa adanya. Menurut Bogdan dan Biklen, pendekatan kualitatif adalah latar ilmiah yang bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata dan gambar, sehingga tidak menekankan pada angka tetapi lebih kepada proses dari pada produk dan Analisis data secara induktif.³⁰

4. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam rangka melaksanakan penelitian adalah peneliti akan berperan sebagai instrumen kunci langsung dengan melibatkan diri dalam kehidupan subyek alam dan dalam jangka waktu yang telah ditentukan peneliti. Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, objek utamanya adalah pihak pengelola proyek dan

²⁹ Toha Anggoro, Dkk, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), 6.

³⁰ Cholin Narbuko, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 23.

masyarakat yang terdampak langsung dari pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika yang berlokasi di Desa Kute, Lombok Tengah. Hal ini berarti peneliti akan terlibat langsung sebagai instrumen. Instrumen penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.³¹

1. Penelitian kualitatif juga akan berfungsi untuk menempatkan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, mengumpulkan sumber data, menilai kualitas data, analisis data, atau membuat kesimpulan dari data tersebut. Sedangkan upaya yang akan dilakukan oleh peneliti sebelum turun lapangan supaya tidak terjadi kesalahpahaman adalah peneliti menunjukkan surat ijin penelitian yang sesuai dengan prosedur. Kemudian peneliti terjun lapangan untuk mencari data di masyarakat. Dengan demikian peneliti akan melakukan penelitian setelah segala prosedur terpenuhi sehingga peneliti dapat meneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan kehadiran penelitian di lapangan adalah untuk mengumpulkan data atau informasi terkait dengan fokus penelitian yaitu strategi komunikasi ITDC menyelesaikan masalah pembangunan KEK Mandalika sehingga dapat membangun partisipasi masyarakat di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah.

³¹ Cholin Narbuko, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010, 23).

5. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif terdapat dua sumber data utama yaitu data primer dan data sekunder.³²

- a. Data primer yaitu jenis data awal yang telah dihasilkan dari wawancara dan didalamnya memuat tindakan untuk mendapatkan informasi langsung dari informan yakni (masyarakat yang terdampak secara langsung dari adanya pembangunan KEK Mandalika Desa Kute Lombok Tengah) data awal ini selanjutnya dicatat secara tertulis atau dengan cara melakukan dokumentasi.
- b. Sedangkan Data sekunder merupakan jenis data yang di hasilkan secara tidak langsung. Hanya saja jenis data ini mampu melengkapi data primer. Biasanya data ini dihasilkan dari sumber secara tertulis sehingga menjadi sumber pendukung pada penelitian secara kualitatif. Dalam rangka memperoleh data-data yang di inginkan oleh pneliti, upaya-upaya yang akan dilakukan untuk memperoleh data, adalah tentu membutuhkan hubungan antara pihak pengelola proyek dan masyarakat setempat. Yang dimaksud dengan sumber data disini adalah subyek peneliti dan informan atau subyek darimana data didapatkan.³³ Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan sumber data adalah dari mana penelitian akan mendapatkan dan menggali informasi berupa data yang diperlukan.

³²Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 112.

³³H. Asnawida, Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Mataram: Institut Agama Islam Negeri Fakultas Tarbiyah, 2010), 14.

Sumber data yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini adalah sumber data yang berkaitan langsung dengan permasalahan strategi komunikasi ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat untuk pengembangan KEK Mandalika. Dalam proses pengambilan data, peneliti cenderung memilih informan yang dapat dipercaya sebagai sumber informasi utama untuk keperluan menggali data. Sumber data yang lebih mengetahui masalah yang diteliti secara mendalam oleh peneliti adalah Para pengelola mega proyek Sirkuit MotoGP KEK Mandalika yaitu ITDC, unsur pemerintahan Desa, Tokoh Agama, Tokoh Masyarakat, Tokoh Adat, serta Masyarakat yang terdampak langsung dalam mega proyek Sirkuit MotoGP Mandalika di Desa Kute, Kecamatan, Pujut, Kabupaten Lombok Tengah.

6. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan pengawasan, peninjauan termasuk penyelidikan dan riset.³⁴ Dalam penelitian, observasi biasanya dilakukan untuk memperoleh dan mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan sekaligus pencatatan langsung di lapangan secara sistematis dari sejumlah

³⁴ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1989), 92.

fenomena yang muncul dengan mempertimbangan hubungan anatar aspek dalam realita atau fenomena yang diselidiki.³⁵ Selain itu, observasi juga dilakukan dengan cara *participaction observation*. Observasi seperti ini dilakukan oleh peneliti guna kepentingan dalam menganalisis pendapat atau tanggapan masyarakat setempat.

Dalam melakukan analisis deskriptif, peneliti cenderung akan melakukannya secara kontinuitas baik saat masih di lapangan ataupun setelah di luar lapangan. Saat menjalankan *participaction observation*, peneliti akan melakukan perekaman dari semua ucapan, dan ungkapan para informan untuk meminimalisir pertanyaan gunanya tapi lebih kepada maksud dan makna dari apa yang mereka ucapkan.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara untuk mengumpulkan sejumlah informasi secara langsung terkait beberapa jenis data terutama yang erat kaitannya dengan konteks penelitian. Peneliti juga akan menggunakan teknik wawancara secara terpimpin (*deft-interview*) dan mendalam (*in-depthinterview*) yakni penulis akan memunculkan pertanyaan-pertanyaan sebelum penulis berada ditengah-tengah para informan. Untuk memperoleh jawaban secara jeals dan terbuka dari pemberi informasi dan atau data, nantinya penulis akan menggunakan alat wawancara *tape recorder*. Wawancara ini nantinya akan dilakukan kepada informen yang terkait lansung dengan penelitian

³⁵ Moh. Nazin, *Meotode Penelitian* (Bandung: Gahlia Indonesia, 1999), 234.

peneliti yaitu, masyarakat yang terdampak langsung dari pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika, pihak ITDC, Kepala Desa, Tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh adat dan sejumlah informen lainnya.

Untuk menghasilkan validitas data, penulis akan melakukan analisis secara *triangulasi*.³⁶ Dalam pengamatan ini nantinya akan dilakukan secara berulang-ulang peneliti turun ke lapangan khususnya di Desa Kute, terutama kepada masyarakat yang terdampak langsung oleh pembangunan Sirkuit MotoGP di kawasan KEK Mandalike di Desa Kute, Lombok Tengah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dasar dalam melakukan sebuah penelitian. Studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data lapangan secara kualitatif dengan melihat atau menganalisis sejumlah dokumen yang telah dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek. Dokumentasi juga mengkaji masalah rujukan atau referensi yang berhubungan secara langsung dengan konteks penelitian.

7. Analisis Data

Setelah hasil penelitian dikumpulkan oleh peneliti, langkah selanjutnya yang akan dilakukan peneliti adalah bagaimana menganalisis data yang telah diperoleh. Analisis data adalah cara menyusun dan menginterpretasikan data yang telah diperoleh, mulai dari hasil

³⁶ Husaini dan Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, 98.

wawancara, catatan-catatan lapangan dan hasil dokumentasi³⁷ Adapun langkah-langkah dalam analisis data adalah sebagai berikut:

a. Reduksi data

Data yang diperoleh jumlahnya cukup banyak, maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti maka akan semakin banyak data yang diperoleh, untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Reduksi data berarti merangkum atau memilih hal-hal pokok dan penting sehingga akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan peneliti mudah untuk mengumpulkan data selanjutnya.

b. Penyajian data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah displaykan data. Penyajian data ini bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dengan penyajian data ini akan mudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

c. Verifikasi data

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan berubah dengan tidak adanya bukti-bukti yang ditemukan tidak kuat, maka ini akan mendukung pengumpulan data berikutnya. Dan apabila kesimpulannya didukung oleh bukti-bukti

³⁷ Priyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surabaya: Zifatama Publishing, 2008), 123.

yang valid maka tidak perlu lagi dilakukan pengumpulan data berikutnya.³⁸

G. Sistematika Pembahasan

Di bagian ini peneliti akan memaparkan isi dari setiap bab yang meliputi: Bab I pendahuluan. Pada bagian ini, menyangkut latar belakang masalah, Identifikasi masalah, Batasan Masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan manfaat penelitian, Metodologi penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab II berisi Diskursus Teori Strategi Komunikasi. Pada bagian ini membahas tentang A. Strategi Komunikasi, yang meliputi; 1. Pengertian Strategi, 2. Tahapan-tahapan strategi. B. Komunikasi. Meliputi; 1. Pengertian komunikasi, 2. Unsur-unsur komunikasi. 3. Media komunikasi. 4. Strategi komunikasi. C. Sosialisasi D. Teori dalam Strategi Komunikasi. E. Unsur-unsur dalam Strategi Komunikasi. F. Komunikasi Pemerintah dan G. Komunikasi Organisasi.

Bab III berisi Deskripsi Umum Masyarakat Kabupaten Lombok Tengah. Pada bab ini meliputi bahasan yaitu; A. Kondisi Geografis Masyarakat Kabupaten Lombok Tengah. B. Demografi dan Profil Singkat Desa Kute, Kec. Pujut Lombok Tengah. C. Sistem sosial Kehidupan Masyarakat di Sekitaran Kawasan Ekonomi Khusus KEK Mandalika. D. Dampak Sosio-kultural terhadap Pembangunan KEK Mandalika.

Bab IV berisi Hasil Analisis dan Pembahasan. Pada bab ini meliputi bahasan yaitu; A. Strategi Membangun Partisipasi Masyarakat. B.

³⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, 323-329.

Pendekatan Persuasif dalam Membangun Komunikasi. C. Strategi Komunikasi meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Program Pembangunan Masyarakat. D. Masyarakat dalam Partisipasi Pembangunan KEK Mandalika. E. KEK Mandalika sebagai Instrumental pembangunan Ekonomi Masyarakat.

Bab V. Berisi Penutup. Bab ini hanya berisi Kesimpulan dan Saran.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

DISKURSUS TEORI STRATEGI KOMUNIKASI

Dalam uraian diskursus teori dan strategi komunikasi ini, penulis akan gambarkan konsep-konsep strategi komunikasi dalam membangun partisipasi masyarakat untuk pengembangan suatu pembangunan khususnya pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Sebagai tujuan awal peneliti melakukan analisis atau identifikasi terkait dengan strategi komunikasi dalam membangun partisipasi masyarakat adalah untuk mengetahui apakah strategi-strategi komunikasi yang dilakukan sudah sesuai dengan kajian-kajian secara teoritis dan atau secara praktis. Hal ini menjadi sangat penting dan akan menjadi salah satu target dalam penelitian ini. Strategi komunikasi dalam konteks ini yang dimaksudkan oleh penulis adalah usaha yang dapat dilakukan secara kelembagaan, keorganisasian, pemerintah, personal dan kelompok (masyarakat) untuk mencapai tujuan secara rasional ataupun relasi yang baik. Strategi komunikasi sebenarnya mempunyai arti penting di mana adanya tindakan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang secara sistematis guna mengembangkan rencana komunikasi tertentu supaya mendapat respons secara positif atau imbalan. Konseptualisasi dalam penelitian ini akan menitik beratkan kepada strategi komunikasi yang digunakan oleh ITDC secara intensional untuk mempengaruhi masyarakat khususnya masyarakat Desa Kute, Kecamatan Puju, Kabupaten Lombok Tengah.

A. Strategi Komunikasi

Terwujudnya suatu pencapaian komunikasi secara efektif adalah banyak disebabkan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, maka efek yang ditimbulkan dari proses komunikasi bukan tidak mungkin dapat menimbulkan pengaruh yang negatif. Untuk itu, agar dapat melihat ataupun menilai proses komunikasi, setidaknya bisa dianalisis dengan model-model komunikasi yang digunakan.

1. Pengertian Strategi.

Strategi pada prinsipnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) dalam mewujudkan suatu tujuan tertentu. Namun demikian, guna mewujudkan tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan seakan-akan sekedar menjadi petunjuk arah semata, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana teknik impelementasinya. Begitu halnya dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Artinya bahwa strategi ini harus benar-benar mampu memperlihatkan bagaimana teknik impelementasinya secara praktis yang harus di lakukan atau dalam istilah pendekatannya (*approach*) sewaktu-waktu bisa berbeda-beda tergantung pada situasi dan kondisi.³⁹

Di tengah perkembangan arus modernisasi sekarang ini, kata strategi justru banyak diberikan pengertian secara luas sesuai dengan

³⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h, 31.

bidang ilmu atau kegiatan yang menerapkannya. Oleh karena itu, pengertian tentang strategi tidak lagi terikat pada konsep ataupun seni seorang jendral semata, akan tetapi pengertian strategi sudah menjalar pada tanggung jawab seorang pemimpin atau lidhersip.

George Stiener dan Jhon Mineer pernah menyatakan dalam bukunya yang telah dialih bahasakan dimana “strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasinya secara cepat dan tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.”⁴⁰

Dalam konteks ini, strategi dapat dikatakan sebagai media atau sarana yang bisa digunakan untuk mewujudkan tujuan akhir dari sasaran. Hanya saja perlu diketahui bahwa strategi tidaklah menjadi suatu rencana melainkan strategi adalah rencana yang di satukan karena ia bersifat mengikat semua bagian dari perusahaan menjadi satu. Strategi selalu bersifat menyeluruh dan meliputi semua elemen penting dalam sebuah perusahaan. Selain itu, strategi juga cenderung terpadu karena selmua bagian dari rencana harus serasi satu sama lain hingga bersesuaian.⁴¹ Berikut ini beberapa pendapat yang mengemukakan tentang pengertian strategi di antaranya:

⁴⁰ George Stiner dan Jhon Mineer, *Managemen Strategik*, (Jakarta: Erlangga, 1987), 70.

⁴¹ Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, *Strategi Management and Businees Policy*, di alih bahasakan oleh Murad, AR. Henry Sitanggang dan Herman Wibowo, *Manajemen Strategis dab Kebijakan Perusahaan, edisi ketiga*, (Jakarta: Erlangga, 1995), 12.

- a) Sandra Oliver, dalam *Strategy Public Relation*, menyatakan bahwa strategi adalah suatu cara dalam mewujudkan sebuah hasil akhir. Hasil tersebut kemudian akan menjadi tujuan serta sasaran utama dalam organisasi atau lembaga. Namun di dalamnya ada konsep strategi yang sangat luas untuk keseluruhan organisasi dan ada pula strategi kompetitif untuk masing-masing kegiatan ataupun aktivitas. Sandra juga mendeskripsikan bahwa strategi juga merupakan pilihan yang telah ditentukan oleh sebuah organisasi atau lembaga untuk dapat diikuti agar mencapai misinya.⁴²
- b) Syarif Umam mengartikan strategi sebagai sebuah kebijaksanaan untuk dapat menggerakkan dan membimbing seluruh potensi kekuatan, daya serta kemampuan bangsa guna mencapai suatu kemakmuran.⁴³
- c) Onong Uchjana Efendy pernah menyebutkan bahwa strategi merupakan perencanaan untuk mencapai tujuan, akan tetapi strategi tersebut kemudian tidak berfungsi hanya sebagai penunjuk jalan atau arah semata melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya dengan baik.⁴⁴

Paparan di atas, mengisyaratkan bahwa strategi merupakan suatu cara untuk mewujudkan suatu hasil yang maksimal. Oleh karena itu,

⁴² Sandra Oliver, *Strategy Public Relation*, (Jakarta: Erlangga, 2007), 2.

⁴³ Syarif Umam, *Strategi Pembangunan Indonesia dan Pembangunan dalam Islam*, (Jakarta: Fima Djakarta), 6.

⁴⁴ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2007), 32.

jika strategi selalu menjadi patokan atau acuan, maka dapat dipastikan bahwa setiap proses atau kegiatan yang akan dilakukan harus disesuaikan dengan konsep strategi yang telah ditentukan. Namun perlu digaris bawahi bahwa strategi bukan hanya sekedar cara untuk menjalankan rencana akan tetapi rencana tersebut harus menjadi satu kesatuan yang bersifat utuh.

2. Tahapan-Tahapan Strategi

Bicara mengenai strategi, tentu tidak hanya merumuskan tentang konsep semata, tetapi seperti yang pernah dikemukakan oleh Fred R David, bahwa strategi juga memerlukan evaluasi dari strategi yang telah dijalankan apakah berhasil atau tidak. David juga mengklasifikasikan Manajemen Strategi menjadi tiga bagian diantaranya:

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah langkah paling awal dalam konsep strategi. Oleh karena itu, para pembuat rumus atau pencipta rumus harus mampu berpikir kritis dan matang untuk dapat melihat serta melakukan identifikasi terhadap berbagai kesempatan, peluang, kekuatan, hingga ancaman luar dari lawan perusahaan atau lembaga lain. Dalam perumusan strategi seseorang harus berupaya untuk menemukan berbagai persoalan ataupun masalah yang akan di hadapi di lapangan dalam perusahaannya sehingga dapat melakukan analisis dengan tepat dan efisien terkait dengan langkah-langkah yang akan

diambil guna mewujudkan keberhasilan dari tujuan atau sasaran dalam penggunaan strategi tersebut.

b. Operasional Strategi

Secara operasional strategi termasuk pengembangan budaya dalam mendukung strategi yang telah dirumuskan karena ia akan menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengubah arah, menyiapkan anggaran mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi yang masuk.⁴⁵ Dalam menjalankan sistem operasionalnya strategi juga disebut sebagai tindakan dalam strategi itu sendiri karena dapat memobilisasi strategi yang telah di rumuskan untuk menjadi suatu tindakan yang tepat dan cepat.

c. Evaluasi Strategi

Pada tahap ini adalah tahapan yang sangat diperlukan di mana dalam keberhasilannya setelah menjalankan operasional strategi, dapat di ukur untuk penetapan tujuan atau sasaran berikutnya. Pada konteks ini setidaknya terdapat tiga hal mendasar dalam mengevaluasi strategi di antaranya:

- a) Melakukan peninjauan kembali terhadap faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar dalam strategi. Adanya perbedaan secara eksternal dan internal biasanya selalu menjadi penghambat ataupun penghalang untuk meraih tujuan yang di inginkan.

⁴⁵ Fred R.F David, *Manajemen Strategi dan Konsep*, 5.

- b) Melihat hasil reall dan menguji perbandingan sesuai yang diharapkan dengan fakta yang ada. Dalam konteks ini akan dilakukan cara untuk mengetahui letak ketidak cocokkan atau ketidakserasian dari rencana sebelumnya. Untuk itu, akan kembali ditinjau ulang prestasi diri untuk memahami rencana yang telah dibuat sesuai dengan arah yang ingin dituju.
- c) Mengambil tindakan korektif untuk kepentingan bahwa apakah rencana sudah tepat sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Biasanya tindkan korektif ini cenderung dianjurkan jika tindakan dari hasil yang diperoleh tidak bersesuaian dengan apa yang di harapkan.

B. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Dalam sejarahnya, kata komunikasi berasal dari Bahasa Latin yaitu; *communis* yang memiliki arti “sama”, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*To make common*).⁴⁶ Secara *etimologi*, melalui buku “*Ensiklopedia Umum*” bahwa komunikasi dapat diartikan sebagai “perhubungan.” Sedangkan dalam buku komunikasi, kata komunikasi memiliki pengertian melalui beberapa sumber di antaranya:

- a. *Communicare* yang diartikan sebagai partisipasi atau pemberitahuan
- b. *Sommunis*, memiliki arti milik bersama atau berlaku di mana-mana.

⁴⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu komunikasi Satu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 48.

- c. *Communis Opinion*, yang berarti pendapat umum atau pendapat mayoritas.
- d. *Communico*, berarti membuat sama.
- e. Dan *Communication*, yang juga berarti sama. Sama dalam hal ini yang dimaksudkan adalah sama makna.

Komunikasi dalam arti yang paling sederhana adalah sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui alat media yang bisa memunculkan efek tertentu. Dalam prosesnya tersebut, komunikasi bisa dilakukan secara primer (langsung) ataupun secara sekunder (tidak langsung).⁴⁷ Diketahui bahwa sejumlah ahli sosiologi, ahli psikologi dan ahli politik di Amerika Serikat, juga menaruh minat pada perkembangan komunikasi, seperti, Carl I, Hovland, yang menurutnya bahwa “*komunikasi adalah “upaya yang sistematis dalam merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.”* Pernyataan Hovland tersebut, telah menunjukkan bahwa yang dijadikan objek study ilmu komunikasi tentu bukan saja mengenai penyampaian informasi, tetapi juga pembentukan pendapat umum (*publik opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) dimana dalam kehidupan sosial dan juga kehidupan politik telah memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasi, Hovland menyebutkan bahwa komunikasi

⁴⁷ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Bbeberapa komponen dalam melakukan komunikasi yaitu;

a. Komunikator

Komunikator yaitu; orang yang memberi pesan saat melakukan komunikasi. Orang yang memberi pesan bisa secara individu saat sedang berbicara bisa juga melalui tulisan, bisa berupa kelompok, seperti surat kabar, televisi, filem dan lain sebagainya.⁴⁸

b. *Message* (Pesan)

Secara prinsip pesan biasanya bersifat abstraksi. Akan tetapi agar membentuk ia menjadi riil atau kongkerit supaya dapat diterima oleh komunikan, maka manusia melalui akal pikiran ia membentuk sejumlah lambang komunikasi seperti suara gerak-gerik, lisan dan tulisan. “Pesan bersifat abstrak, seorang komunikan tidak akan tau apa yang ada di dalam benak seorang komunikator, hingga seorang komunikator dapat mewujudkan lambang-lambang komunikasi”.⁴⁹ Pesan juga bisa berbentuk persuasive atau bujukan. Persuasive bujukan dalam hal ini adalah membangkitkan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan dapat memberi sesuatu baik seperti pendapat atau sikap, sehingga memiliki perubahan.⁵⁰

⁴⁸ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007), Cet ke-1 45.

⁴⁹ Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 23.

⁵⁰ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: 2007, 45.

c. *Channel* (Saluran)

Saluran komunikasi merupakan tempat berlalunya pesan dari komunikator ke pada komunikan.⁵¹ Pesan akan tersalurkan kepada komunikan melalui perantara. Saluran merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan komunikasi karena melalui saluran tersebut pesan bisa tersampaikan pada komunikan.

d. *Communican* (Penerima pesan)

Sesorang yang menerima pesan disebut sebagai *Communican*.⁵² Untuk menjalin sebuah komunikasi, maka akan ada si penerima pesan, karena syarat terbentuknya komunikasi adalah disebabkan ada komunikator sebagai pemberi pesan dan begitu pula sebaliknya karena ada si penerima pesan.

e. *Effect* atau Hasil

Effek merupakan hasil terhadap adanya jalinan komunikasi, yaitu mengenai respon seseorang yang mengakibatkan timbulnya perilaku seseorang.⁵³ Pada saat seseorang melakukan komunikasi, pasti memunculkan efek yang bukan sekedar terhadap si pemberi informasi akan tetapi kepada si penerima informasi. Efek juga bisa berupa stimulus yang diberikan kepada komunikan untuk merubah sikap ataupun tingkah laku yang telah disesuaikan dengan apa yang diinginkan oleh komunikator itu sendiri.

⁵¹ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2007), 18.

⁵² Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: 2007, 46.

⁵³ Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), 24.

f. *Feed Back* (Umpan balik)

Feed back merupakan “tanggapan” atau jawaban kepada komunikator. Hal tersebut membuktikan bahwa komunikasinya dapat di terima dan berjalan dengan baik.⁵⁴ Feed back ini dapat terjadi pada saat komunikasi membalas pesan yang disampaikan komunikator.

3. Media Komunikasi

Sebagaimana yang telah diketahui bersama bahwa saat ini sarana atau media komunikasi telah memasuki kehidupan manusia yang sangat moderen. Melalui media, seseorang atau sekelompok orang bisa melakukan komunikasi, membuat opini, memberikan informasi dan juga inspirasi terhadap informasi yang telah mereka terima. Berikut ini merupakan beberapa media komunikasi di antaranya:

a. Buku

Buku merupakan salah satu sarana atau media komunikasi yang di dalamnya mengandung kumpulan berbagai pendapat melalui tulisan dan menjadi satu bagian. Pada dasarnya jenis buku memang sangat beragam seperti, novel, majalah, kamus, komik, ensiklopedia, kitab suci, biografi, naskah dan sebagainya.

b. Televisi

Televisi adalah salah satu sarana media yang menghadirkan audio suara dan visual gambar.

⁵⁴ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: 2007, 46.

c. Internet

Internet sebagai media massa sudah melebihi media tradisional dalam berbagai hal. Sebagaimana yang diketahui bahwa semua perusahaan media besar menempatkan produknya di internet. Teknologi ini sangat cepat, langsung dan aksesnyapun mudah, sehingga jutaan orang dapat menggunakan baik dengan membuat situs secara pribadi dan atau kelompok.⁵⁵

d. Facebook

Facebook adalah sebuah jejaring sosial yang sangat memungkinkan bagi para penggunanya untuk dapat saling berintraksi dengan pengguna lainnya di seluruh dunia.

e. Twitter

Twitter merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung (Madcoms, 2010:121) Twitter, menurut situs resmi twitter, berdiri di San Francisco pada tanggal 19 April 2007. Misinya adalah untuk member kesempatan bagi setiap orang untuk dapat saling menciptakan dan berbagi ide ide serta informasi secara langsung tanpa hambatan.⁵⁶ Saat ini twitter menjadi salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak

⁵⁵ John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008,) h. 262

⁵⁶ <http://about.twitter.com/company>. Akses tanggal 10 November 2021. Pukul: 09:30-selesai

yaitu 218, 3 juta orang diseluruh dunia.⁵⁷ Untuk Indonesia peminat microblog twitter juga cukup banyak. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Bakrie telecom, Indonesia menempati peringkat lima besar pengguna twitter di dunia dengan jumlah pengguna 19, 5 juta.⁵⁸ Sekitar 62, 9% pengguna twitter Indonesia masuk dalam kategori remaja dengan rata-rata usia 21 tahun.⁵⁹

f. Instagram

Motif penggunaan Instagram dilihat dari lima kebutuhan penggunaan media, bahwa seseorang membutuhkan media untuk kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan akan hiburan. Instagram masuk dalam kategori komunitas online yang dibentuk melalui media internet, dimana komunitas tersebut dipilih berdasarkan kesadaran dari diri mereka sendiri dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.⁶⁰

Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster mengungkapkan, bahwa sejak diluncurkan pada tahun 2010 aplikasi instagram telah memiliki 400 juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak dengan 89 persen Instagram yang

⁵⁷ <http://okezone.com>. Akses tanggal 10 November, 2021. Pukul: 09-selesai

⁵⁸ <http://sindonews.com>. Akses tanggal 10 November, 2021. Pukul: 12:00-selesai

⁵⁹ Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma, Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis Di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, Tahun VI/02/2014

⁶⁰ Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma, Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis Di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, Tahun VI/02/2014

berusia 18-34 tahun mengakses IG (Instagram) setidaknya seminggu sekali. Instagram juga banyak diminati oleh mayoritas anak muda, terdidik, dan mapan. Rata-rata mereka berusia 18-24 tahun sebanyak 59 persen, usia 45-34 tahun 30 persen, dan yang berusia 34-44 tahun 11 persen. Pengguna IG perempuan yang paling aktif sebanyak 63% dan laki-laki 37%.⁶¹

g. Whatsapp

Whatsapp sebagai salah satu media sosial saat ini banyak yang menggunakan untuk kepentingan bersosialisasi maupun sebagai penyampaian pesan baik oleh individu maupun kelompok. WhatsApp adalah aplikasi berbasis internet yang merupakan salah satu dampak perkembangan teknologi informasi yang paling populer. Aplikasi berbasis internet ini sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi, karena memudahkan penggunanya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa menghabiskan biaya banyak dalam pemakaiannya, karena whatsapp tidak menggunakan pulsa, melainkan menggunakan data internet (Pranajaya & Hendra Wicaksono, 2017).

Pemanfaatan program WhatsApp sangat efektif dengan dukungan fitur-fiturnya dibanding dengan aplikasi pesan instan lainnya. Kecepatan pesan tanpa waktu lama hingga tertunda, mampu beroperasi dalam kondisi sinyal lemah, kapasitas pengiriman data teks,

⁶¹ <http://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-mencapai-89>. Akses pada tanggal 14 November, 2021. Pukul: 18:30-selesai.

suara, foto dan video yang besar, tanpa gangguan iklan berikut sifat penyebarannya membuat WhatsApp sebagai salah satu media alternatif dalam memberikan informasi dan meningkatkan kinerja.⁶²

h. Berita

Berita utama (headline) adalah berita yang dianggap paling besar dan penting bagi khalayak di antara semua berita. Headline diletakkan di halaman pertama atau halaman depan dengan tampilan yang berbeda dengan judul yang dicetak tebal dan ukuran huruf paling besar di antara berita lainnya (Zainudin, 2007).

Berita utama memiliki tema dan nilai berita dalam sajiannya. Berdasarkan Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Moderen (2006), tema merupakan persoalan utama yang ingin diungkapkan oleh pembuat cerita. Tema dalam berita utama diasumsikan sebagai persoalan utama yang ingin disampaikan media massa pada halaman depan surat kabar dengan tujuan menarik minat masyarakat.⁶³

4. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Alo Liliwari strategi komunikasi adalah Strategi mengartikulasikan suatu visi komunikasi dan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik. Strategi juga menciptakan komunikasi yang

⁶² Rahartri, "Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan Puspipstek). *Jurnal, VISI PUSTAKA* Vol. 21, No. 2, Agustus 2019

⁶³ Maria Fitriah & Fadlya El'Arsya, Berita Utama Surat Kabar Lokal di Bogor Studi Analisis Isi pada Jurnal *Bogor dan Radar Bogor, Jurnal Komunikasi Pembangunan* Februari 2011, Vol.9, No.1,h, 11-12.

konsisten. Dalam hal ini, strategi berbeda dengan taktik, dimana strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dan berbasis pada satu teknik. Sedangkan taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi berdasarkan strategi yang ditentukan sebelumnya.⁶⁴ Menurut Onong Uchjana strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communications planning*) dan komunikasi manajemen (*management communications*) untuk mencapai suatu tujuan.⁶⁵

Definisi lain dikemukakan oleh Muhammad Arni (2004) mengenai strategi komunikasi yaitu semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim pesan dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁶⁶

Selanjutnya ditambahkan dengan pernyataan dari Middleton bahwa “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.⁶⁷ Sedangkan menurut

⁶⁴ Alo Liliwari, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 240.

⁶⁵ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, (Bandung: Alumni, 1981), h.84

⁶⁶ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), Cet. Ke 6, h.65

⁶⁷ H. Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013) h. 61

Hafied Cangara strategi komunikasi meliputi lima tahap, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan.⁶⁸

b. Fungsi Strategi Komunikasi

Berhasil tidaknya komunikasi bergantung pada strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi komunikasi media massa dalam bentuk apapun, atau bahkan lembaga-lembaga yang mengikutsertakan komunikasi akan akan berpengaruh pada hasil yang negatif. Dengan demikian secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda:

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat *informative, persuasive dan instruktif* secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- 2) Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.⁶⁹

c. Tahapan Strategi Komunikasi

Onong Uchjana bahwa “strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.” Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi”

⁶⁸ H. Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, h. 72-73

⁶⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 28

menyebutkan tahapan perencanaan komunikasi meliputi lima tahapan yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Pelaporan. Sedangkan Bambang Hariadi dalam buku “Manajemen Strategi” mengatakan bahwa “proses strategi manajemen pada dasarnya meliputi tiga langkah utama, yaitu: perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi”.⁷⁰ Terdapat tiga tahap yang memiliki kesamaan makna dari kedua tahap tersebut, dengan demikian tahapan strategi komunikasi terdiri dari lima tahapan, yaitu:

1) Penelitian (*Research*)

Sebuah organisasi atau lembaga memerlukan tenaga spesialis yang berfungsi untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti seperti keperluan pencitraan perusahaan atau kegiatan kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui *problematic* yang dihadapi sebuah lembaga. *Problematic* bisa dalam bentuk wabah penyakit yang akan menyerang anggota masyarakat, kerugian perusahaan, ketidakpercayaan terhadap organisasi dan lain sebagainya.⁷¹

Dalam tahapan penelitian dapat diartikan juga sebagai tahapan dalam menemukan fakta. Tahapan ini bertujuan untuk mencari fakta atau permasalahan yang terjadi untuk dijadikan bahan rumusan membuat strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuannya.

⁷⁰ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005) h. 4

⁷¹ H. Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, h. 72

2) Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan sama dengan perumusan, yaitu proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk menetapkan tujuan strategis, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut.⁷² Dengan demikian, dalam tahap perumusan diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), dan efek yang diharapkan.⁷³ Sumber atau komunikator disini adalah individu atau lembaga yang bersifat sebagai pemberi pesan yang berupa informasi atau penyuluhan selanjutnya media adalah perantara yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada sasaran yang ingin dituju, yaitu komunikannya. Sasaran dari tahap perumusan bisa berupa masyarakat luas atau kelompok tertentu, dengan tujuan memperoleh efek yang diharapkan.

3) Pelaksanaan (*Execute*)

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi rumusan strategi yang telah dibuat.

C. Teori dalam Strategi Komunikasi

Dari sekian banyak teori komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli, teori dasar terkait setrategi komunikasi adalah teori Harold D. Lasswell yang menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan

⁷² Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, h.5

⁷³ H. Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, h. 72

komunikasi atau cara untuk menggambarkan dengan tepat sebuah tindak komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” (siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek bagaimana).

Kecenderungan awal model komunikasi, yaitu menganggap bahwa komunikator pasti mempunyai “*receiver*” (penerima) dan karenanya komunikasi harus semata-mata dianggap sebagai proses persuasif. Juga selalu dianggap bahwa pesan-pesan itu pasti ada efeknya. Formula Lasswell tersebut mengandung banyak keterkaitan dengan teori-teori lain seperti yang pernah diungkapkan oleh Melvin L. De Fleur yang dikutip oleh Onong Uchjana dalam buku “Dimensi-dimensi Komunikasi terdapat empat teori yaitu:

1. *Individual Differences Theory*, yaitu khalayak sebagai komunikasi secara selektif psikologis memperhatikan satu pesan komunikasi jika berkaitan dengan kepentingannya sesuai sikap, kepercayaan, dan nilai-nilainya.
2. *Social Categories Theory*, yaitu meskipun masyarakat modern sifatnya heterogen namun orang-orang yang mempunyai sifat yang sama akan memilih pesan komunikasi yang kira-kira sama dan akan memberikan tanggapan kira-kira sama pula.
3. *Social Relationship Theory*, bahwa walaupun pesan komunikasi hanya sampai pada seseorang tapi kalau seseorang tersebut sebagai pemuka pendapat (*opinion leader*) maka informasi isi pesan tersebut akan diteruskan kepada orang lainnya bahkan juga menginterpretasikannya.

Berarti opinion leader tadi mempunyai pengaruh pribadi (personal influence) yang merupakan mekanisme penting dapat merubah pesan komunikasi.)

4. *Cultural Norms Theory*, bahwa melalui penyajian yang selektif dan penekanan pada tema tertentu pada media masa menciptakan kesan-kesan pada khalayak pada norma-norma budaya yang sama pada topik-topik tertentu dibentuk dengan cara-cara khusus dengan batas-batas situasi perorangan yaitu ada tiga:

a. *Reinforce existing patterns*, bahwa pesan komunikasi dapat memperkuat pola-pola yang sudah ada dan mengarahkan orang-orang untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial dipelihara oleh masyarakat.

b. *Create new shared convictions*, bahwa media massa dapat menciptakan keyakinan baru mengenai suatu topik yang dengan topik tersebut khalayak kurang berpengalaman sebelumnya.

c. *Change existing norms*, bahwa media massa dapat merubah norma-norma yang sudah ada dan karenanya dapat merubah tingkah laku orang-orang. Selanjutnya strategi komunikasi harus juga meramalkan efek komunikasi yang diharapkan yaitu, dapat berupa;

- a) Menyebarkan informasi
- b) Melakukan persuasi
- c) Melakukan instruksi

D. Unsur-Unsur dalam Strategi Komunikasi

Lasswell merumuskan komunikasi dengan pernyataan dalam bentuk pernyataan sebagai berikut.⁷⁴

1. Who
2. Says what
3. In which channel
4. To whom
5. With what effect

Apa yang dijelaskan oleh Lasswell di atas, pada dasarnya juga menunjukkan komponen-komponen atau unsur-unsur dari komunikasi itu sendiri. Yang dimaksud dengan who adalah siapa yang hendak atau ingin melakukan komunikasi. Atau biasa dinamakan sumber komunikasi atau komunikator. Komunikator merupakan orang yang dengan sengaja menyampaikan pesan kepada komunikan. Agar komunikasi bisa efektif ada 2 hal yang harus dimiliki oleh komunikator, yakni :⁷⁵

- a. Kepercayaan kepada komunikator (source credibility)

Perlunya bagi komunikator untuk memiliki kredibilitas adalah dikarenakan komunikan memiliki hasrat untuk mendapatkan pernyataan atau pesan yang benar atau credible. Komunikan juga ingin mengetahui sampai mana kedalaman penjelasan yang diberikan oleh komunikator. Oleh karena itu tentunya disini komunikator butuh

⁷⁴ J Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. (Terjemahan Yosol Iriantara dan Idi Subandy Ibrahim) (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), 46

⁷⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), 43

memiliki kemampuan dan pengetahuan mengenai hal yang sedang dibicarakan. Apabila komunikator sudah percaya kepada komunikator bahwa komunikator memiliki kredibilitas yang baik, maka dipastikan komunikator akan menganggap semua yang dikatakan atau diucapkan oleh komunikator adalah sebuah kebenaran. Intinya adalah pesan yang disampaikan oleh komunikator akan mempunyai pengaruh yang lebih besar, apabila komunikator dianggap ahli oleh komunikator. Dan keahlian tersebut bisa dilihat dari pendidikan komunikator, status social, jabatan profesinya dsb.

- 1) Daya tarik komunikator (source attractiveness) Komunikator yang memiliki daya tarik akan lebih disukai oleh komunikator sehingga akan membuat komunikasi menjadi lebih efektif. Salah satu hal yang bisa membuat daya tarik adalah kesamaan antara komunikator dan komunikator.⁷⁶ Dalam melakukan strategi komunikasi ada beberapa unsur yang harus di perhatikan antara lain:

- a) Sumber (Komunikator)

Secara teoritis atau akibat penyampaian pesan terhadap pihak penerima, akan lebih cepat bila si sumber mempunyai:

1. Kreadibilitas

Menurut Torgers (1983) kreadibilitas yang dimiliki seseorang di bagi menjadi 2 jenis bagian yaitu; pertama, kradibilitas yang berkaitan dengan status/kedudukan formal

⁷⁶ Onong Uchjana Effendy, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), 43

(competence credibility). Upaya persuasif akan lebih efektif bila dilakukan tidak hanya oleh orang-orangnya mempunyai competence credibility. Kedua orang-orang dipandang lebih jujur dan terbuka.

2. Daya tarik

Merupakan karakteristik yang menentukan keberhasilan bila sumber dinilai menarik oleh penerima, maka upaya persuasif akan lebih cepat berhasil, adanya proses identifikasi dalam diri pihak penerima akan membuat penerima sama dengan sumber. Namun perlu dipertimbangkan bahwa proses identifikasi seringkali bersifat temporer dalam arti pihak penerima dalam mengidentifikasikan dirinya ke dalam diri sumber, selama sumber tersebut dinilai masih menarik.

b) Kekuasaan

Kekuasaan terlihat berdasarkan empat cara seperti:

1) Karisma

Merupakan kebiasaan bawaan yang terdapat pada seorang dan memiliki kekuatan bisa menarik perhatian orang lain.

2) Wibawa otoritas

kebiasaan ini erat kaitannya dengan kedudukan atau otoritas formal contohnya pimpinan ketua lembaga yang punya kekuatan formal dapat disegani orang-orang yang menjadi bawahannya.

3) Kompetisi atau skill

Kompetisi adalah sesuatu yang dapat dijangkau melalui proses pembelajaran, dan bisa dilakukan setiap orang tidak pula dari bawaan, maksudnya seseorang memiliki power mempengaruhi dalam bidang tertentu, jika memang ia dinilai punya skill

4) Pemenuhan

Sumber nilai memiliki kekuatan atau kekuasaan jika bisa membals dengan imbalan dan hukuman sama penerima, dalam arti kata, seseorang/kelompok penerima sesuatu atau ide itu karena adanya harapan untuk menerima imbalan atau untuk menghindari hukuman/sanksi proses ini di sebut "pemenuhan.

c) Pesan

Pada sebuah organisasi cara penyampaian pesan memiliki faktor yang dapat memilih berhasil dalam upaya persuasi yang dilakukan oleh pimpinan. secara umum ada dua faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang suatu pesan yang efektif yaitu struktur dan gaya tarik pesan.

1) Struktur pesan

Struktur pesan menunjuk pada pengorganisasian elemen-elemen pokok struktur pesan, ada 3 hal yang diperhatikan:

1. Sisi pesan, sisi pesan dapat disusun secara satu sisi atau dua sisi. Penyusunan pesan satu sisi memberikan penekanan hanya pada posisi kepentingan penekanan pada aspek positif, juga disampaikan hal-hal yang negative. Faktor yang sangat di perhatikan adalah:

- Tingkat perhatian khalayak
- Asumsi khalayak atau hal yang akan di jadikan pokok pesan berdasarkan hasil pembelajaran mengungkapkan bahwa cara menyusun pesan atau sisi yang tepat bagi sasarannya:

- Jenjang pendidikan relative rendah
- Kurangnya penilaian yang berlawanan atau negatif
- Tidak tepat bsasaran dengan argument yang berbeda. Beda halnya dengan struktur yang bersifat dua sisi dipandang efektif bagi :

- Khalayak yang bisa melakukan pendidikan jejang yang tinggi
- Khalayak memiliki pemikiran, dan pengalaman
- Memiliki penilaian yang tinggi terhadap komunikasi yang dibangun.

2. Urutan penyajian

Ada 2 macam penyajian yakni *climaxs versus anticlimaxs order* dan *recency and primacy*. *Climaxs*

versus anticlimax order, berkaitan dengan teknik penyajian pesan yang bersifat satu sisi. Model ini menunjukkan cara penyusunan pesan, dimana argument terpenting dari sisi pesan ditempatkan pada bagian ahir. Apabila hal ini penting dari isi pesan di dapat pada bagian awal, disebut *anti climax order* dan *pyramidal order*.

Recency and primacy merupakan model penyajian atau penyusunan pesan yang bersifat dua sisi. *Primacy* menunjukkan pada teknik penyajian atau penyusunan pesan, dimana aspek positif/kekuatan dari ide ditempatkan pada bagian ahir disebut *recency model*.

3. Penarikan kesimpulan

Dalam menarik kesimpulan harus jelas sesuai dengan kandungan isi dalam pembahasan yang dapat dinilai bagus dan cepat dipahami oleh kelompok dan khalayak. Dengan demikian, menarik kesimpulan itu harus jelas, mudah dipahami dan efektif.

d) Daya tarik pesan

Cara menyusun sebuah pesan bisa dimuat dengan *fear appeals* yaitu sebuah pesan yang memiliki kesan ancaman. Sedangkan *emotional appeals* yaitu cara pemberian pesan yang mengarah pada gambaran tentang keindahan, kasih sayang,

kedamaian dan lain sebagainya yang erat kaitannya dengan pesan.

Media

Dalam penyebarluasan pesan ada 2 saluran yakni, saluran komunikasi personal dan komunikasi non personal, sering di sebut dengan komunikasi melalui media massa. Saluran komunikasi personal lebih persuasif disbanding media massa, disebabkan karena beberapa faktor : (1) penyampaian pesan melalui saluran komunikasi personal dapat dilakukan secara langsung pada khalayak yang dituju, bersifat pribadi, (2) lebih rinci dan lebih fleksibel disesuaikan dengan kondisi nyata khalayak, (3) ketertiban khalayak lebih tinggi, (4) dapat mengetahui langsung reaksi, umpan balik dan tanggapan dari pihak khalayak atau isi pesan yang disampaikan, (5) pihak komunikator dapat dengan segera memberikan penjelasan bila terdapat kesalah pahaman atau kesalahan persepsi dari pihak khalayak atas pesan yang disampaikan.

Sementara saluran media massa mempunyai kemampuan daya jangkau khalayak yang luas, serta kemampuan penyampaian pesan yang cepat. Pengertian media massa tidak hanya terbatas pada surat kabar, majalah, tv, radio, film, billboard, leaflets, booklets, bulletin, dan lain-lain. Penyampaian pesan melalui media massa, umumnya hanya menyangkut aspek kognitif, oleh karena itu penggunaan saluran media massa lazim dititik beratkan

pada upaya pembentukan kesadaran, pengetahuan, dan ingatan khalayak atas suatu pesan.

e) Khalayak

Khalayak merupakan pendukung keberhasilan komunikasi, keberhasilan komunikasi yang dilakukan bila pesan-pesan yang disampaikan melalui saluran/media dapat diterima sampai khalayak sasaran, dipahami dan mendapatkan tanggapan positif, dalam arti sesuai dengan komunikator.

f) Waktu

Didalam penyampaian pesan (informasi) kita harus melihat waktu agar bisa pesan yang disampaikan tidak terkesan hanya pesan-pesan yang tidak berguna. Oleh karenanya pesan itu harus disampaikan jauh hari sebelum pesan kebijakan tersebut diterima oleh khalayak. Dari penjelasan diatas terlihat jelas bahwa komunikasi menjadi sarana yang vital dalam mencapai keberhasilan program yang akan dijalankan kepada publik.

E. Komunikasi Pemerintah

Melalui sosialisasi yang baik dan komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat, maka program tersebut cepat dipahami, diinterpretasi, dipikirkan dan dilaksanakan oleh publik. Pada gilirannya, publik juga dapat melakukan evaluasi bersama pemerintah atas berhasil dan tidaknya program dimaksud. Terdapat lima aspek komunikasi pemerintah

yang menjadi penekanan dalam implementasi sosialisasi suatu peraturan atau kebijakan (heise,1985:209),yaitu:

1. Prinsip keterbukaan, dimana pejabat pemerintah bersedia untuk mengungkapkan informasi yang dianggap positif maupun negatif dengan cara yang akurat, tepat waktu, seimbang dan tegas.
2. Berkomunikasi melalui semua saluran publik, tidak terpokus pada media massa semata.
3. Pejabat publik berusaha memfasilitasi secara akurat, sistematis dan tepat waktu terkait umpan balik atas isu-isu kebijakan dari seluruh masyarakat yang mereka layani.
4. Pencampuran antara komunikasi dan politik.
5. Peran dan tanggung jawab pejabat komunikasi publik. Tidak hanya itu, mereka juga mampu menginisiasi tiap karyawan mengakui peran mereka dalam pelaksanaan komunikasi yang telah ditetapkan.

F. Komunikasi Organisasi

1. Definisi komunikasi organisasi

Salah satu faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi suatu organisasi adalah bagaimana komunikasi dalam organisasi berjalan oleh sebab itu perlu adanya penjabaran mengenai komunikasi organisasi terkait strategi komunikasi. Disampaikan lebih lanjut oleh R.Wayne Pace & Don F.Faules dalam komunikasi organisasi strategi (2006:14) bahwa “komunikasi organisasi lebih dari sekedar apa yang dilakukan oleh orang-orang, sehingga bisadikatakan sebagai sebuah landasan kuat bagi karier

dalam manajemen, pengembangan sumber daya manusia, komunikasi perusahaan, dan tugas-tugas lain yang berorientasi manusia dalam organisasi.”

Beberapa ahli mengemukakan definisi komunikasi organisasi, diantaranya menurut Redding dan Sanborn dalam *Communication Within The Organization* (1972:65) “komunikasi organisasi ialah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks”. Yang termasuk dalam bidang ini antara lain komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Sementara organisasi menurut Katz dan Kahn dalam *social psychology of organization* (1978:65) adalah “arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi yang merupakan sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan merubah energy menjadi produk atau layanan dari sistem dan mengeluarkan produk atau layanan tersebut kepada lingkungan”.

Lain halnya dengan Thayer dalam komunikasi organisasi, dikutip oleh Arni Muhammad (2007:66) yang mengungkapkan komunikasi organisasi sebagai: “arus data yang akan melayani komunikasi dan proses

interkomunikasi dalam beberapa cara. Sedangkan Goldhaber dalam *organization communication* (1986:67) mengutarakan definisi komunikasi organisasi sebagai: “proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah”.

2. Arus Komunikasi Dalam Organisasi

Arus komunikasi dalam organisasi meliputi komunikasi vertical dan komunikasi horizontal. Masing-masing arus komunikasi tersebut mempunyai perbedaan fungsi yang sangat tegas. Ronald Adler dan George Rodman dalam buku *Understanding Human Communication* (2000:135) mencoba menguraikan masing-masing fungsi dari kedua arus komunikasi dalam organisasi tersebut. Pertama adalah *Downward communication*. Komunikasi ini berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas kebawah ini adalah:

- a. Pemberian atau penyampaian intruksi kerja (*job instruction*)
- b. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu dilakukan (*job rationale*)
- c. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*)
- d. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

BAB III
DESKRIPSI UMUM MASYARAKAT KABUPATEN
LOMBOK TENGAH

Pada bab ini peneliti akan membahas sistem sosial kehidupan masyarakat menjadi sebuah gambaran terhadap pola kehidupan mereka yang menjadi masyarakat lingkaran pembangunan wisata bersekala internasional. Kualitas sumber daya masyarakat (SDM) juga sangat penting menjadi pendorong lahirnya pertumbuhan ekonomi masyarakat yang kuat karena mejadi bagian dari Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Namun demikian, pengaruh secara positif dan negatif juga akan sangat berdampak pada sistem sosial kehidupan masyarakat dengan pergulatan dinamika yang ada. Artinya masyarakat juga dituntut agar selalu siap menghadapi perkembangan teknologi dan kemajuan zaman agar tidak terlindas dari pengaruhnya.

Kehidupan yang serba modern di tengah-tengah masyarakat, jika tidak di imbangi dengan kualitas SDM yang baik, maka otomatis perubahan sosial dalam kontek kehidupan berbudaya dan tradisional lambat laun akan memudar. Hal ini menjadi penting untuk dikemas sebagai bagian dari tanggung jawab pihak-pihak terkait agar selalu dapat menjalankan sistem sosial kehidupan masyarakat yang berbudaya dan beragama. Sebelum masuk kepembahasan, lebih awal peneliti akan menjelaskan keadaan geografis masyarakat Kabupaten Lombok Tengah.

A. Kondisi Geografis Masyarakat Kabupaten Lombok Tengah.

Kabupaten Lombok Tengah merupakan bagian dari Provinsi Nusa Tenggara Barat yang lokasi pemerintahannya berada di Kota Praya. Letaknya berkisaran 116°05' hingga 116°24' Bujur Timur dan 8°24' hingga 8°57' Lintang Selatan dengan luas wilayah 1.208,39 km² (120.839 ha).⁵ Di sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lombok Timur dan Kabupaten Lombok Utara, di sebelah Selatan terbentang Samudra Indonesia, dan di sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Lombok Barat, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Lombok Timur. Berikut ini tabel batas administrasi Kabupaten Lombok Tengah.⁷⁷

Tabel 1.1
Batas Administrai Kabupaten Lombok Tengah

Sebelah Utara dengan	:	Kabupaten Lombok Timur dan Kabupaten Lombok Utara
Sebelah Selatan dengan	:	Samudra Indonesia
Sebelah Barat dengan	:	Kabupaten Lombok Barat
Sebelah Utara dengan	:	Kabupaten Lombok Timur

Diakhir tahun 2010, Kabupaten Lombok Tengah mengalami pemekaran wilayah Desa sebanyak 15 Desa, sehingga jumlah Desa di Kabupaten Lombok Tengah berjumlah 139 Desa. Sedangkan jumlah Kecamatan tetap berjumlah 12 Kecamatan dengan luas wilayah berkisar antara 50 hingga 234 km² di mana Kecamatan Pujut merupakan salah satu

⁷⁷ Bahwan, *Konstruksi Sosial dalam Tradisi Keagamaan: Praktik Ziarah Makam Keramat di Lombok*, (Jakarta: Pedia Pustaka, 2019), 132.

Kecamatan yang paling luas wilayahnya hingga mencapai 19,33% dari luas wilayah Kabupaten.⁷⁸

Tabel 1.3
Jumlah dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di
Kabupaten
Lombok Tengah Tahun 2020

Kabupaten Lombok Tengah	Jumlah Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan (Jiwa)		
	Tahun 2018	2019	2020
Praya Barat	75916	76624	82747
Praya Barat Daya	55816	56272	57797
Pujut	105525	106393	116832
Praya Timur	67769	68258	72143
Janaprie	77049	77762	84590
Kopang	81030	81521	92558
Praya	114199	115340	125889
Praya Tengah	65599	66186	72661
Jonggat	96164	96812	106051
Pringgerate	70940	71842	75644
Batu Keliang	76887	77398	87852
Batu Keliang Utara	52515	53080	60095
Kabupaten Lombok Tengah	939409	947488	1034859

Sumber: Kabupaten Lombok Tengah dalam Angka, 2018-2020

Kecamatan Pujut adalah bagian dari wilayah Kabupaten Lombok Tengah Provinsi NTB dengan kondisi alam yang cukup kering. Namun demikian, Kecamatan ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Kabupaten Lombok Tengah. Misalnya; keberadaan Bandara Internasional (BIL), Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dan Pelabuhan Ikan Internasional Awang yang merupakan perusahaan-perusahaan besar di wilayah Pujut, Kabupaten Lombok

⁷⁸ Profil Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Tengah 2011. www.depkes.go.id diakses pada tanggal 3 November 2017. Pukul: 09:21.

Tengah. Keberadaanya tentu menjadi faktor pendukung dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat Lombok Tengah. Kecamatan Pujut juga memberikan kekayaan budaya dan religi yang sangat eksotis seperti adanya upacara adat Bau Nyale (Legenda Mandalika Nyale), Kampung Tradisional Sade, Ziarah Makam Wali Nyato' dan Masjid Kuno di Gunung Pujut. Desa Kute yang kemudian menjadi letak atau lokasi pembangunan KEK Mandalika adalah bukti kongkerit keseriyusan pemerintah dalam membangun pengembangan kawasan wisata di Lombok Tengah.⁷⁹

Terletak di bagian Selatan Pulau Lombok, KEK Mandalika ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2014 untuk menjadi KEK Pariwisata. Dengan luas area sebesar 1.035,67 Ha dan menghadap Samudera Hindia, KEK Mandalika diharapkan dapat mengakselerasi sektor pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat yang sangat potensial.⁸⁰

KEK Mandalika menawarkan wisata bahari dengan pesona pantai dan bawah laut yang memukau. Mandalika berasal dari nama seorang tokoh legenda, yaitu Putri Mandalika yang dikenal dengan parasnya yang cantik. Setiap tahunnya, masyarakat Lombok Tengah merayakan upacara Bau Nyale, yaitu ritual mencari cacing laut yang dipercaya sebagai jelmaan dari Putri Mandalika. Perayaan ini merupakan budaya yang unik dan menarik wisatawan baik lokal maupun internasional.

⁷⁹ Bahwan, *Konstruksi Sosial dalam Tradisi Keagamaan: Praktik Ziarah Makam Keramat di Lombok*, (Jakarta: Pedia Pustaka, 2019), 132.

⁸⁰ <https://kek.go.id/kawasan-kek-mandalika>. Akses pada tanggal 10 November, 2021. Pukul: 19:30-selesai.

Berdasarkan potensi dan keunggulan yang ada, PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) yang telah mengembangkan Nusa Dua Bali mengusulkan pembentukan KEK Mandalika. KEK Mandalika memiliki konsep pengembangan pariwisata berwawasan lingkungan dengan pembangunan obyek-obyek wisata dan daya tarik wisata yang selalu berorientasi kepada kelestarian nilai dan kualitas lingkungan hidup yang ada di masyarakat. KEK Mandalika adalah KEK yang paling menarik bagi para investor saat ini dan diharapkan menjadi destinasi wisata kelas dunia. KEK Mandalika diproyeksikan menarik investasi sebesar Rp. 40 T dan diproyeksikan dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 587.000 tenaga kerja hingga tahun 2025 (TBC).⁸¹

B. Demografi dan Profil Singkat Desa Kute. Lombok Tengah.

Masyarakat dan pembangunan adalah dua kata yang mempunyai makna berbeda tetapi tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Penduduk atau masyarakat mengacu pada manusia, individu, orang atau sekumpulan orang dalam suatu wilayah tertentu. Sedangkan pembangunan mempunyai arti proses merubah sesuatu menjadi lebih baik atau membuat sesuatu lebih baik, untuk dinikmati dan dimanfaatkan oleh masyarakat itu sendiri.⁸²

Pembangunan pada prinsipnya dilakukan untuk tujuan mensejahterakan masyarakat baik secara fisik maupun nonfisik. Di dalam pembangunan, penduduk menjadi subjek sekaligus objek. Penduduk menjadi subjek karena

⁸¹ <https://kek.go.id/kawasan-kek-mandalika>. Akses pada tanggal 10 November, 2021. Pukul: 19:30-selesai.

⁸² <https://putaska.ut.ac.id/lib/wp-content/upload/pdf/IPEM4542-M1.pdf>. Akses tanggal 23, November, 2021. Pukul: 09:30-Selesai.

menjadi sasaran yang mencakup aspek peningkatan kemampuan (*empowered*) sehingga meluasnya berbagai kesempatan (*opportunity*) dan masyarakat atau penduduk dapat menikmati pembangunan yang telah dilakukan. Sebagai sasaran dan penikmat hasil pembangunan maka diperlukan partisipasi dan peran aktif masyarakat dalam menunjang proses pembangunan guna mencapai tingkat kesejahteraan secara merata dan adil.

Masyarakat adalah penentu dalam pembangunan, meskipun ia harus memiliki kualitas dan produktivitas tinggi sehingga pembangunan yang dihasilkan akan tinggi pula. Kualitas dan produktivitas dapat dibangun dan ditingkatkan apabila jumlah dan laju pertumbuhan bisa dikendalikan sehingga seimbang dengan daya tampung dan daya dukung lingkungan, selain itu persebarannya juga perlu diarahkan untuk mencapai keseimbangan tersebut.

Di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah adalah salah satu tempat dibangunnya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang tentu tidak terlepas dari konteks kehidupan masyarakat. Desa Kute adalah bagian dari Kecamatan Pujut. Desa Kuta mulai menjadi tempat tujuan wisata sejak didirikannya banyak hotel-hotel baru di kawasan ini. Selain keindahan alam dan hamparan laut biru yang terbentang sepanjang bibir pantai yang sangat memukau dan dapat dinikmati. Desa kute juga menyajikan berbagai ritual atau upacara budaya dan agama yang dapat disaksikan oleh setiap pengunjung sesuai dengan waktu pelaksanaannya. Misalnya; upacara Bau Nyale. Dalam upacara ini para pelaut mencari

cacing Nyale ke tengah laut. Menurut legenda, dahulunya ada seorang putri, bernama Putri Mandalika, yang sangat cantik, banyak pangeran dan pemuda yang ingin menikah dengannya. Karena ia tidak dapat mengambil keputusan, sehingga sang putrid menceburkan dirinya ke laut dan sang putrid berjanji bahwa ia akan kembali satu kali dalam setahun.⁸³ Cerita dari mulut ke mulut tentang legenda putri Mandalika yang berubah menjadi cacing laut kian terdengar di masyarakat hingga diyakini sebagai jelmaan putrid Mandalika. Kisah legenda san putrid Mandalika kemudian diasosiasikan sebagai pemberian nama di Kawasan Ekonomi Khusus KEK Mandalika.

1. Potensi Sumber Daya Alam Desa Kute, Kecamatan Pujut.

a. Potensi Umum

Tabel. 1.4
Batas dan Peta Wilayah Desa Kute, Kec. Pujut.
Kabupaten Lombok Tengah

Penetapan Batas dan Peta Wilayah		
Penetapan Batas	Dasar Hukum	Peta Wilayah
Ada	Perdes No	Ada
	Perda No	

Sumber: Profil Desa Kute, 22 November, 2020

Tabel. 1.5
Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Kute, Kec.Pujut.
Kabupaten Lombok Tengah

PENDIDIKAN		
Tingkatan pendidikan	Laki-laki	Perempuan
Usia 3 - 6 tahun yang belum masuk TK	97 orang	99 orang
Usia 3 - 6 tahun yang sedang TK/play grup	80 orang	120 orang
Usia 7 – 18 tahun yang tida pernah sekolah	138 orang	125 orang
Usia 7- 18 tahun yang sedang sekolah	757 orang	690 orang
Usia 18 – 56 tahun tidak pernah sekolah	376 orang	463 orang
Usia 18–56 tahun pernah SD tapi tidak tamat	171 orang	133 orang
Tamat SD/ sederajat	1.450 orang	1.850 orang
Tamat SMP/ sederajat	280 orang	200 orang
Tamat SMA/ sederajat	50 orang	80 orang
Tama D-1/ sederajat	37 orang	27 orang
Tamat D-2/ sederjat	29 orang	17 orang
Tamat D-3/ sederjat	25 orang	23 orang
Tamat S-1/ sederjat	70 orang	69 orang
Tamat S-2 / sederjat	3 orang	1 orang
Jumlah Total	7.460 orang	

Sumber: Profil Desa Kute, 22 November, 2020

Table .1.5
Agama atau Aliran Kepercayaan Masyarakat Desa Kute, Kec. Pujut.
Kabuptaen Lombok Tengah

Agama/Aliran Kepercayaan		
Agama	Laki - laki	Perempuan
Islam	3.959 orang	4.010 orang
Hindu	37 orang	16 orang
Jumlah	3.996 orang	4.026 orang

Sumber: Profil Desa Kute, 22 November, 2020

C. Sistem Sosial Kehidupan Masyarakat di Sekiatran Objek Pariwisata

1. Sektor Pariwisata

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pariwisata adalah sebuah agenda yang erat hubungannya dengan rekreasi. Dilihat dari UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata memiliki pengertian berupa beragam agenda liburan dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.⁸⁴

Penanganan sektor kawasan pariwisata ini harus dilakukan dengan serius karena pariwisata merupakan aset negara yang berpotensi. Pariwisata juga adalah sektor ekonomi yang bisa dinilai mempercepat penanganan kemiskinan (Yoeti, 2008). Pariwisata memberikan banyak manfaat yang didalamnya terdapat hotel, pramuwisata, biro perjalanan wisata, rumah makan, angkutan wisata, objek wisata, usaha souvenir, dan lainnya (Soekadijo, 1997).⁸⁵ Dalam pernyataan yang pernah dikemukakan oleh: McIntoshi R. dan Gupta S. dalam (Muntasib & Rachmawati, 2014) menyatakan bahwa pariwisata sebagai berikut:

“Pariwisata adalah gabungan gejala dari hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah, tuan rumah, serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya.” Sementara itu,

⁸⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009. Tentang Kepariwisataan. Lihat: [UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan \[JDIH BPK RI\]](#). Di Akses pada tanggal 20 November, 2021. Pukul: 10:00-Selesai.

³ [Desa Kuta \(desa-kuta.id\)](#). Akses pada tanggal 23 November, 2021. Pukul:19:30-selesai.

pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan uang (Suwanto, 1997).

Mendukung pernyataan sebelumnya, (Telaumbanua & Baiquni, 2015) mengemukakan bahwa pariwisata memiliki pengertian berupa perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Ada beberapa faktor penting pariwisata yaitu: (1) perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu; (2) perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain; (3) perjalanan itu apapun bentuknya, harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi; dan (4) orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut (Suwena & Widyatmaja, 2017). Ada beberapa jenis wisata yang dapat dinikmati oleh individu maupun kelompok. Beberapa jenis pariwisata, di antaranya wisata budaya, wisata kesehatan, wisata olahraga, wisata komersial, wisata industri, wisata politik, wisata konvensi, wisata sosial, wisata pertanian, wisata maritim, wisata cagar alam, wisata buru, wisata pilgrim, dan wisata bulan madu (Muntasib & Rachmawati, 2014).

2. Perkembangan Pariwisata Pesisir

Kawasan pesisir merupakan tempat perubahan paling cepat yang dipengaruhi oleh perubahan kondisi darat dan laut lebih-lebih pada peralihan ekosistem pesisir (Guntur, 2017). Demikian halnya dijelaskan dalam UU No.1 Tahun 2014 bahwa wilayah pesisir dengan pulau-pulau kecil yang dikuasai oleh negara dan digunakan demi kemakmuran rakyat. Keindahan alam pada kawasan pesisir yang dapat memanjakan mata membuat kawasan pesisir menjadi idaman untuk destinasi wisata bagi para wisatawan.⁸⁶

Tingginya angka wisatawan pelancong yang datang mengunjungi pesisir pantai menjadi sebuah perhatian untuk mendukung aspek pengembangan perbaikan kawasan sector pariwisata. Melakukan pemberdayaan terhadap tempat wisata berdampak besar terhadap kesejahteraan sosial disekitar kawasan wisata.

Perubahan sosial merupakan sebuah perubahan lembaga sosial yang berada pada masyarakat dapat mempengaruhi sikap, nilai, perilaku, antar kelompok dalam sebuah masyarakat (Soemardjan, 1981). Beda halnya dengan (Vago, 1989) menyebutkan perubahsan sosial merupakan proses perencanaan melalui kualitatif, dan kuantitatif, dalam sebuah perubahan kehidupan soial bermasyarakat yang dikelompokkan dalam enam komponen yang saling berhubungan yang disebut level, arah, identitas,

⁸⁶ Karina Wulan Sayogi & Argyo Demartoto, Pengembangan Pariwisata Bahari (Studi Deskriptif Pada Pelaku Pengembangan Pariwisata Bahari Pantai Watukarung Desa Watukarung Kecamatan Pringkuku Kabupaten Pacitan) *Journal of Development and Social Change*, Vol. 1, No. 1, April 2018, h, 1-9.

durasi, skala (besaran) dan kecepatan perubahan. Berikutnya, faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sosial yaitu intensitas hubungan atau kontak dengan kebudayaan lain, tingkat kebudayaan yang maju, sikap terbuka dari masyarakat, dan sikap ingin berkembang dan maju dari masyarakat (Sajogyo, 1998). Perubahan yang terjadi pada masyarakat untuk memberikan kualitas dengan bertahap seperti yang dinyatakan akan menyebabkan perubahan pada struktur sosial secara horisontal dan vertikal (Suwantoro, 1997)

Perubahan sosial dan budaya pada lokasi wisata kawasan Sosrowijayan, hasil penelitian menunjukkan bahwa di dalam kegiatan pariwisata terdapat tiga bentuk interaksi yaitu interaksi untuk transaksi wisata, interaksi di wisata yang sama dan interaksi untuk bertukar informasi. Ketiga bentuk interaksi tersebut menimbulkan perubahan nilai sosial dan budaya seperti perubahan gaya busana masyarakat, gaya bahasa, sikap dan perilaku yang ditunjukkan masyarakat lokal serta perubahan-perubahan lainnya (Oktaviyanti, 2013).

Tabel. 1.6
Lingkungan Perubahan Sosial Menurut Tingkat Struktur Sosial

No.	Tingkat Struktur Sosial	Perubahan Sosial
1	Group	peran-sosial/role struktur Komunikasi, klik'pengaruh
2	Organisasi	Struktur organisasi; struktur Hirarki; struktur <i>wewenang/authority produktivitas</i>
3	Industri/Pranata	ekonomi agama; keluarga; Pendidikan.
4	Masyarakat	stratifikasi; kependudukan; Struktur kekuasaan.
5	Global	hubungan internasional; Modernisasi; evolusi.

(Kinseng R. A., 2017) memberikan dua jenis konsep kunci dapat memahami struktur sosial, *pertama*, adalah parameter nominal (nominal parameters), *kedua* adalah parameter berjenjang atau bertingkat (graduated parameters). Parameter nominal memberikan perbedaan populasi dengan menggunakan kata “kategori diskret” (discrete categories) seperti agama, suku, pekerjaan, jenis kelamin, tempat tinggal, dan lainnya. Kemudian parameter bertingkat memposisikan anggota dalam populasi pada skala tingkatan pendapatan, pendidikan, status, kekayaan, kekuasaan, prestise, dan sebagainya. Perubahan tidak hanya terjadi pada struktur sosial masyarakat tetapi juga pada budaya masyarakat.

Koentjaraningrat (1979) mengatakan bahwa kebudayaan sebagai sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik manusia dengan cara mempelajarinya. Perubahan pada struktur sosial akan memengaruhi kebudayaan masyarakat

yang akhirnya menghasilkan perubahan pada nilai-nilai material budaya seperti nilai adat, kepercayaan dan norma yang berlaku (Harper, 1989).

3. Tingkat Partisipasi Masyarakat

Partisipasi merupakan suatu partisipasi yang mengorban kepentingan sendiri demi kepentingan orang (Mubyarto, 1988). Terdapat delapan model tingkatan partisipasi; informing, kemitraan manipulasi, terapi, informing konsultasi, placation, kontrol warga, dan pembagian kekuasaan (Arnstein, 1969). Demikian berikutnya, penilaian masyarakat dalam berpartisipasi dalam mengembangkan wisata baik dilihat dari beberapa aspek yaitu: (1)berupaya mempertahankan keindahan lingkungan; (2)meberikan kesejahteraan pada masyarakat; (3)meemberikan kepuasan pada pengunjung yang datang; (4)meningkatkan keterpaduan dan unit pengembangan masyarakat di sekitar kawasan pengembangannya (Lewaherilla, 2002).

4. Dinamika Perkembangan Kawasan Pariwisata Pesisir

1. Dinamika Perkembangan Kawasan Pariwisata Pesisir

Desa Kute Kecamatan Pujut memiliki bentang alam berupa kawasan pesisir yang dikembangkan sebagai kawasan wisata pantai. Di kawasan ini memiliki 3 macam pantai untuk berwisata, yaitu Pantai Seger Kute, Pantai Tanjung An Kute, dan masih banyak Pantai-Pantai lainnya yang terletak di Zona Wilayah KEK Mandalika.

Pada mulanya kawasan ini dapat memunculkan perubahan dari segi kesejahteraan sosial masyarakat, karena banyak dari kalangan

masyarakat merubah pekerjaan dari petani, nelayan ke bisnis paariwisata. Sehingga dengan adanya pantai sebagai penarik perhatian dikalngan wisatawan masyarakat desa Kute bisa merasakan hasilnya baik dari segi perubahan penghasilan, perubahan karakter sosial masyarakat. Meskipun, adanya perubahan melalui adanya pariwisata ini, sosial cultural masyarakat baik secara adat istiadat, norma yang berlaku di masyarakat tetap dijalankan sesuai aturan yang berlaku.

Dengan adanyan pariwisata ini masyarakat memperkenalkan norma dan adatistiadat dikalngan wisatawan sehingga adat istiadat dan norma yang dimiliki semakin kuat dan mendunia. Dengan adanya pariwisata ini juga masyarakat memiliki persaingan dalam dunia usaha baik jualan di pinggir panatai, atau membuat pertokoan demi menggait wisatawan yang datang.

Awal mulanya pesisir Pantai Kute yang sekarang telah berubah menjadi Kawasan Khusus Ekonomi (KEK) Mandalika adalah ia hanya pantai biasa sperti halnya pantai-pantai yang lain di Lombok Tengah bagian selatan. Kawasan wisata pantai Kute memang telah menjadi objek wisata sudah sejak lama kawasan ini merupakan kawasan pantai tua yang terletak di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Kemudian, tidak berbeda dengan kawasan wisata pantai pada umumnya, Pantai Kute tentunya menyediakan fanorama keindahan bibir pantainya yang membentang luas dan berpasir mutiara putih menambah pesona indahnya pantai kute tersebut.

Namun seiring perjalanan waktu, Kawasan pantai Kute, memiliki potensi yang sangat luar biasa seperti geoekonomi, geindustri dan potensi wisata yang menakjubkan. Dengan potensi-potensi yang dimiliki kawasan pantai Kute tersebut, kemudian banyak diminati oleh berbagai investor asing hingga pemerintah memutuskan untuk dijadikan sebagai salah satu objek wisata hingga membangun Kawasan Ekonomi Khusus KEK-Mandalika dan Sirkuit MotoGP untuk mengembangkan dunia pariwisata yang ada di Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB).

Terletak di wilayah bagian Selatan Pulau Lombok, KEK Mandalika telah ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2014 untuk menjadi KEK Pariwisata. Dengan luas area sebesar 1.035,67 Ha dan menghadap Samudera Hindia, KEK Mandalika diharapkan dapat mengakselerasi sektor pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat yang sangat potensial. KEK Mandalika menawarkan wisata bahari dengan pesona pantai dan bawah laut yang memukau. Mandalika berasal dari nama seorang tokoh legenda, yaitu Putri Mandalika yang dikenal dengan parasnya yang cantik. Setiap tahunnya, masyarakat Lombok Tengah merayakan upacara Bau Nyale, yaitu ritual mencari cacing laut yang dipercaya sebagai jelmaan dari

Putri Mandalika. Perayaan ini merupakan budaya yang unik dan menarik wisatawan baik lokal maupun internasional.⁸⁷

Berdasarkan potensi dan keunggulan yang dimiliki, kemudian PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) telah mengembangkan Nusa Dua Bali dan mengusulkan pembentukan KEK Mandalika. Hal ini menunjukkan bahwa Kawasan Ekonomi Khusus KEK Mandalika menjadi sentra pariwisata dunia di Indonesia bagian timur karena sejumlah potensi yang dimilikinya. Harus diakui bahwa KEK Mandalika dengan keunggulannya secara geoekonomi dan geindustri dipastikan mampu menjadi salah satu kekuatan ekonomi (*the power of economic*) bagi masyarakat di Nusa Tenggara Barat umumnya dan khususnya bagi masyarakat di Lombok tengah.

Dalam rangka memperluas kawasan secara geoekonomi maka KEK Mandalika juga memerlukan konsep pembangunan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan pembangunan obyek-obyek wisata yang mampu member warna baru guna menarik minat masyarakat secara luas. Selain dengan potensi secara geoekonomi, KEK Mandalika juga memiliki potensi geindustri dimana ia dapat bersaing bersaekala internasional terutama melalui jalur ekspor dan infor. Hal ini tentu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi secara nasional dan internasional.

⁸⁷ <https://kek.go.id/kawasan/KEK-Mandalika>. Akses pada tanggal 20, November, 2021, Pukul: 17:00-Selesai.

KEK Mandalika adalah KEK yang paling menarik bagi para investor saat ini karena diharapkan menjadi destinasi wisata kelas dunia. KEK Mandalika diproyeksikan menarik minat investasi sebesar Rp.40 T, dan diproyeksikan dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 587.000 tenaga kerja hingga tahun 2025 (TBC). Dalam konteks ini pantai Kute tentunya jauh berbeda dari sebelumnya. Terlebih dengan adanya pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika, tentu dapat menambah peminat para wisatawan baik secara domestik dan mancanegara. Pengembangan kawasan wisata pantai tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang ke Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah.

2. Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Kawasan Wisata

Dalam pandangan Nasdian, (2014) partisipasi merupakan suatu keputusan yang baik, dan memiliki pemikiran aktif, dan banyak inisiatif dalam membangun komunitas yang dipilih oleh warga secara baik dan efektif. Hal tersebut terkoneksi dalam melaksanakan tugas dalam pengelolaan pariwisata ini yang dilakukan oleh masyarakat dan pokdarwis Desa Kota. Selanjutnya, partisipasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dapat dilihat pada empat tahapan yang dimulai dari tahap pengambilan keputusan, tahap pelaksanaan, tahap menikmati hasil hingga tahap evaluasi.

Tabel. 1.7
Presentase dan Jumlah Responden berdasarkan
Tarap Partisipan

Tarap partisipan	Total	
	Nilai	persentase
Tarap rendah	0%	0,1%
Tarap Sedang	4%	19%
Tarap tinggi	20%	80%
total	25%	100%

Tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada tingkat partisipasi tinggi dengan total responden sebanyak 25 orang. Hal tersebut menyatakan bahwa responden sangat aktif dalam seluruh tahapan pengelolaan pariwisata Pantai Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Namun di sisi lain, tahapan partisipasi yang paling tinggi tingkat partisipasinya adalah tahap menikmati hasil dikarenakan dengan adanya kawasan wisata tersebut mereka memperoleh pendapatan dari usahanya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari. Masyarakat sangat bersyukur dengan adanya objek wisata pantai kute sebagai salah satu tempat mereka melakukan usaha dagang. Berdasarkan observasi lapangan, salah seorang warga menuturkan bahwa;

“Andai saja pantai ini tidak ada, mungkin kita akan sedikit mengalami kesulitan secara ekonomi tetapi berkat adanya pantai ini, setidaknya kita bisa terbantu secara ekonomi dari hasil jualan kita sehari-hari untuk memenuhi kebutuahn hidup kita dalam rumah tangga.”⁸⁸

⁸⁸ Hasil wawancara, dengan Ms. (Usia 39 Thn. Pedagang di pesisir Pantai Kute, Lombok Tengah.) wawancara di lakukan pada tanggal 20, Oktober, 2021. Pukul: 09:30. Wita.

Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa dengan adanya kawasan wisata di pantai kute, tentunya dapat menimbulkan berbagai manfaat berupa perbaikan sarana dan prasarana, penambahan pengetahuan dan keterampilan.

D. Dampak Sosio-Kultural Pembangunan KEK Mandalika.

Pulau Lombok dikenal dengan sebutan “pulau seribu Masjid” yang artinya bahwa di pulau Lombok sebagai tempat dimana islam sangat diterima dan dihormati. Penduduk Lombok atau disebut orang sasak yang mayoritas beragama islam dengan identitas orang sasak erat kaitannya sebagai seorang Muslim. Akulturasi Islam dengan budaya lokal setempat berjalan dengan baik antara kultur budaya lokal dan islam saling menyatu. Disamping identitas Islam yang secara khusus ditunjukkan oleh masyarakat Lombok adalah praktik tradisi warisan nenek moyang yang dapat dijumpai di wilayah-wilayah destinasi wisata. Bentuk budaya lokal termasuk identitas Islami itu dapat ditemui di berbagai daerah di Lombok termasuk di tempat-tempat wisata yang ada di pulau Lombok.

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang telah diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia JokoWidodo dilaksanakan di Pantai Kute Desa Kuta Kecamatan Pujut Kawasan Mandalika Lombok Tengah pada hari Jumat tanggal 20 Oktober 2017. Adanya kawasan KEK Mandalika ini, kemudian di harapkan akan dapat merubah keadaan ekonomi masyarakat untuk lebih baik melalui destinasi wisata Sirkuit MotoGP KEK Mandalika. Namun demikian, pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK)

Mandalika, sejak awal sering diwarnai konflik oleh masyarakat dengan pihak ITDC sebagai pengelola proyek karena belum dianggap tuntas mengenai ganti rugi lahan milik warga. Padahal oleh pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk mengganti rugi lahan yang terdampak dari pembangunan KEK-Mandalika tersebut.

Berdasarkan hasil observasi awal, sejumlah masyarakat juga mengakui bahwa proses pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika tersebut belum sepenuhnya memberikan uang ganti rugi kepada masyarakat sehingga mereka memilih untuk tetap bersikeras menempati rumah mereka. Sejumlah warga Dusun Ebunut, Desa Kute, merasa tidak puas dengan proses penyelesaian ganti rugi atas kepemilikan lahan mereka. Bahkan situasi semakin memanas saat mereka merasa dipaksa untuk membongkar bangunan rumah mereka karena berada tepat di tengah lintasan sirkuit yang jaraknya dengan trek lurus sangat dekat.

Melalui hasil observasi awal, salah seorang warga bernama sibawaih mengakui bahwa:

“Terdapat sejumlah Kepala Keluarga yang masih menetap dan bahkan memilih tinggal di lahan milik mereka di Dusun Ebunut, Desa Kute, meskipun sebagian besar lainnya masyarakat sudah berpindah lebih awal. Untuk saat ini terdapat sekitar 50 orang yang masih menetap dan tidak ingin pindah dari tanah milik mereka. Tetapi oleh pihak ITDC tetap memaksa untuk kami harus angkat kaki dari tanah kami sendiri dengan didline waktu yang telah mereka tentukan untuk membongkar rumah serta memindahkan harta benda mereka yang masih ada.”⁸⁹

⁸⁹ Hasil observasi awal kepada informan utama (Sibawaeh, 45 Thn/ masyarakat yang terdampak langsung oleh pembangunan KEK Mandalika). 19, November, 2021.

Selain penggusuran rumah, pembongkaran 300 makam juga dilakukan oleh ITDC selaku pengembang mega proyek Sirkuit MotoGP Mandalika. Pembongkaran tersebut pun dilakukan sendiri oleh masyarakat supaya keluarga mereka yang sudah meninggal dapat mengumpulkan tulang belulang mereka untuk dipindah ke makam diluar kawasan Sirkuit. Menurut pengakuan warga setempat, ia kecewa karena mereka teruris hingga jejak kematian sanak keluarga mereka harus angkat kaki dari tanah kelahirannya. ia menyatakan “seolah tidak boleh ada jejak kami yang tertinggal di kawasan ini.”

Hasil observasi di lapangan juga ditemukan pengakuan warga masyarakat yang bernama munakip, ia juga mengatakan bahwa:

“Makam keluarganya saya yang dibongkar, membuat saya sangat kecewa dan menyedihkan. Bagaimana tidak, pembongkaran tersebut terkesan dipaksa bahwa tulang belulang nenek moyang kami pun harus turut serta diangkat walau mereka sudah meninggal puluhan tahun lamanya. Hal ini sangat mengerikan dan tidak terima atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak ITDC untuk melakukan pembongkaran makam nenek moyang kami.”

Selain itu, warga Ebunut bernama Satir bersikeras memilih bertahan di lahan yang ditempati bersama orang tuanya, Satir sebagai pedagang di Pantai Seger, mengaku tidak pernah gentar bertahan di tanah seluas 1,6 Hektare. Ia menyebut dirinya tidak akan angkat kaki seperti warga lainnya karena ia merasa pernah menjual tanah miliknya. Dan Satir mengatakan bahwa: “Saya

akan bertahan di sini sampai saya dibayar oleh ITDC. Tanah ini atas nama bapak saya dan tak pernah menjualnya kepada siapa pun.”⁹⁰

Gambaran di atas, tentu membuat pemerintah menjadi sangat dilema dari adanya tindakan masyarakat yang masih melakukan perlawanan terkait dengan pembangunan sirkuit Mandalika di desa Kute Kabupaten Lombok Tengah. Akan tetapi pemerintah memandang pentingnya pemabangunan Sirkuit Mandalika di Kute, Kabupaten Lombok Tengah sebagai langkah awal untuk memajukan perekonomian Nusa Tenggara Barat (NTB). Oleh karena itu pemerintah dan pihak ITDC terus berupaya melakukan berbagai mediasi dengan masyarakat agar dapat melanjutkan pembangunan Sirkuit Mandalika di Desa Kute, Kabupaten Lombok Tengah melalui Touris development Corporation (ITDC). Oleh karena itu, Bapak Presiden Joko Widodo menetapkan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dalam peraturan pemerintah No 52 Tahun 2014 sebagai program strategis pengembangan ekonomi Nasional. Presiden meresmikan beroprasinya 1000 Hakter KEK Mandalika pada 20 Oktober 2017 dengan nilai investasi mencapai 13 triliun.⁹¹

Penolakan masyarakat terhadap pembangunan sirkuit Mandalika memang sudah berlangsung sejak lama. Febriyan Anindita selaku koordinator PPMAN Region Bali dan Nusa Tenggara, yang saat itu turun langsung mendampingi warga yang menolak megaproyek tersebut,

⁹⁰ Lihat juga: <https://regional.kompas.com/read/2021/04/15/050239278/cerita-warga-terdampak-pembangunan-sirkuit-mandalika-angkat-kaki-dari-tanah?page=all>. Akses pada tanggal 2 Juli, 2021. Pukul: 14:30 Wita-Selesai.

⁹¹ <https://majalah.tempo.co/read/hukum/161568/latar-belakang-pembangunan-sirkuit-pulau-lombok>. Akses pada tanggal 3 Juli, 2021. Pukul: 10:00 Wita-Selesai.

menyatakan bahwa masyarakat enggan digusur dari kampung halamannya sehingga pemerintah Kabupaten Lombok tengah memfasilitasi negosiasi antara pengelola proyek dan masyarakat. Dalam beberapa kali pertemuan, warga selalu ditawarkan uang ganti rugi untuk melepas lahannya. Akan tetapi warga tetap menolak hingga masalah tersebut dibawa ke meja sidang konstitusi dan pihak pengelola dimenangkan dalam persidangan.⁹²

Warga desa Kute terutama warga masyarakat yang terdampak langsung oleh pembangunan Sirkuit tersebut terus menuding pengelola dan pemerintah melakukan pelanggaran HAM atas pembebasan lahan mereka. Upaya masyarakat yang terus melakukan perlawanan untuk menghentikan megaprojek tersebut, seakan tidak menemukan titik terang sehingga keributan dan konflik dengan aparat kerap terjadi. Untuk itu, pemerintah tetap berusaha melakukan mediasi dan memberikan solusi karena bagi pemerintah, pembangunan megaprojek Sirkuit MotoGP tersebut dirasa sangat penting untuk meningkatkan ekonomi daerah dimana secara fungsi, KEK Mandalika akan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, mengembangkan usaha di bidang perdagangan, jasa, industri, pertambangan dan energi, transportasi, maritim dan perikanan, telekomunikasi dan pariwisata. Pada bidang lainnya, KEK juga bisa satu atau beberapa zona, seperti halnya zona pengolahan ekspor, logistik, industri, pengembangan teknologi, pariwisata, dan energi yang kegiatannya untuk ekspor dalam negeri. KEK Mandalika adalah Proyek Strategis Nasional dan salah satu

⁹²<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210408144705-20-627508/penolakan-warga-dan-dugaan-proyek-mandalika-langgar-ham>. Akses pada tanggal 3 Juli, 2021. Pukul 11:30 Wita-Selesai.

KEK yang dikembangkan oleh Pemerintah RI, bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Kabupaten Lombok Tengah pada Sektor Pariwisata untuk mengakselerasi pertumbuhan sektor pariwisata Provinsi NTB. Mandalika berpotensi menjadi tujuan wisata dunia di Indonesia.

Seperti yang diketahui bahwa kawasan ini dikelola oleh PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC). Peresmian Kawasan Ekonomi khusus ini setelah mangkrak selama 29 tahun, dalam peresmiannya mulai beroperasi dengan menerima investor dari 12 Kawasan Ekonomi Khusus yang ditetapkan pemerintah. Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) sebagai penanggung jawab pengembang kawasan ekonomi khusus Mandalika juga membangun masjid megah yang diberi nama 'Masjid Nurul Bilad' berukuran besar dengan kapasitas 1500 jamaah diatas lahan seluas 8 hektar (80.000m²), yang diklaim sebagai simbol peradaban Islam moderen di pulau Lombok.

Sementara itu sebagian dari 1,5 hektar (15.000m²) diantara pembangunan mesjid itu juga akan dibangun suatu zona perdagangan bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Masjid Nurul Bilad sebagai simbol budaya Islam moderen yang ada di pulau Lombok dibangun dengan arsitektur yang memperlihatkan simbol budaya bangunan suku Sasak Lombok. Masjid Nurul Bilad ini juga menjadi bagian dari destinasi wisata halal yaitu wisata religi Islam. Target

pemerintah lokal adalah upaya untuk menjadikan mesjid sebagai destinasi wisata sekaligus sebagai tempat ibadah yang berkelas dunia. Jadi mesjid harus dibangun sebagai tempat ibadah yang nyaman dan berkelas dunia, seperti yang dicontohkan oleh Masjid Biru (Blue Mosque) di Turki, misalnya. Padahal, di Lombok sendiri yaitu di pusat kota Mataram telah lama memiliki Islamic Center (IC) NTB menjadi tempat wisata yang banyak dikunjungi para wisatawan dan juga sebagai pusat pengkajian Islam di NTB.

Di Nusa Tenggara Barat sendiri khususnya di pulau Lombok memiliki keragaman suku, budaya, dan agama yang menjadi keunikan tersendiri di daerah ini. Dimana semua jenis suku dan agama hidup berdampingan satu sama lain. Daerah NTB dapat dikatakan sebagai daerah yang sangat jarang terjadi konflik agama ataupun suku. Walaupun beberapa waktu lalu terdengar konflik antar-agama ataupun suku yang terjadi akibat adanya gesekan kepentingan individu yang berujung pada konflik sosial. Secara keseluruhan, daerah ini termasuk kawasan yang tenang dan damai. Konsep wisata halal bisa dijalankan tanpa menimbulkan konflik sosial yang terjadi di masyarakat Lombok dengan tetap saling menghormati dan menghargai antar sesama manusia dan perbedaan agama. Seperti ketika dilaksanakan kegiatan ibadah sholat jumat di masjid Jami' di wilayah Praya misalnya akan dijaga oleh anggota aparat kepolisian di lingkungan Polres Lombok Tengah yang beragama non muslim.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Membangun Partisipasi Masyarakat

Mutu pendidikan di Desa Kute, Kecamatan Pujut akan menjadi penentu kualitas SDM masyarakat dalam keikut sertaannya menjadi bagian dari perencanaan pembangunan di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK-Mandalika). Perencanaan dengan pendekatan partisipatif sebagai strategi pembangunan dan proses penentuan keputusan publik sangat bergantung pada kesadaran masyarakat untuk mau melibatkan diri dalam proses pembangunan. Namun demikian sebelumnya perlu diketahui mengapa masyarakat begitu esensial dalam proses penentu keputusan publik itu sendiri. Hal ini sebenarnya sangat terkait erat dengan posisi negara dan masyarakat dalam kelangsungan unsurunsur publik yang akhirnya juga terkait dengan kelangsungan negara berikut tatanan bermasyarakat yang ada di dalamnya.

Masyarakat sebagai elemen terbesar dalam suatu sistem publik atau sistem kehidupan dalam suatu negara seringkali terbentur ketika berhadapan dengan pemerintah yang dianggap sebagai perwujudan negara itu sendiri. Negara dalam hal ini pemerintah, dengan legitimasi berikut dengan sistem birokrasi yang dimilikinya seringkali menjadi penerjemah dominan dalam proses pembangunan. Artinya segala bentuk perkembangan dalam tatanan masyarakat di negara tersebut sepenuhnya tergantung pada kebijakan negara atau pemerintah. Akibatnya seringkali terjadi suatu proses pembangunan yang

dilaksanakan tidak tepat sasaran atau tidak mampu menjawab persoalan yang berkembang di masyarakat.⁹³

Keseluruhan upaya untuk memberi peluang kepada warga masyarakat untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam mengidentifikasi masalah pembangunan yakni merencanakan dan melaksanakan pembangunan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di wilayah tersebut. Melakukan pekerjaan sesuai kemampuan masing-masing, serin mendapat pujian dari warga masyarakat dan selalu di motivasi para orangtua. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola mega proyek ITDC yang berda di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah. Mereka menyatakan bahwa

“Pertama memang kita melakukan pendekatan-pendekata tradisional yaitu harus plaksibel pada setiap persoalan atau permasalahan apapun baik dalam kondisi normal maupun kondisi ada kendala yang kita hadapi. Kita tetap berusaha untuk selalu hadir dan tampil plaksibel sehingga kita mendatangi mereka, kita jumpai mereka, kita berkomunikasi dengan masyarakat dan kapanpun masyarakat mau mengeluh, mengadu kita selalu terima dalam situasi dan kondisi apapun.”

“Kedua, komunikasi melalui media tentunya kita juga memberikan informasi kepada warga melalui media baik online maupun chatan tentang apa yang telah di lakukan oleh ITDC. Termasuk rencana ke depan ataupun maupun progress yang kita telah sampaikan.”

“Ketiga, kita juga melakukan komunikasi melalui media porum, porum yang kita lakukan apakah sosialisasi MGD dan juga melalui rapat-rapat keordinasi. Kita contohkan, ketika kita mau menyelenggarakan Motor GP kemarin kita melakukan MGD bersama dengan masyarakat di tingkat propinsi kabupaten begitu juga dalam porum sosialisasi kita lakukan disamping memang kita melakukan kepransertaa akif dari masyarakat kita mengajak masyarakat untuk ikut terlibat menjadi tenaga

⁹³ Asri Lubis, Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan, Jurnal *Tabularasa Pps Unimed* Vol.6 No.2, Desember 2009, h, 38.

kerja, menjadi petugas pengamanan begitu juga melibatkan pran stek kolder terkait di dalam setiap kegiatan seperti itu.”⁹⁴

Dalam suatu sistem publik kepentingan yang berkembang akan sangat beragam. Keberagaman kepentingan ini pada akhirnya akan melahirkan sistem nilai yang beragam pula. Oleh karenanya satu sudut pandang atau satu sistem nilai saja yang digunakan untuk menerjemahkan kepentingan publik tidak akan cukup untuk menjawab persoalan publik yang berkembang. Atas dasar tersebutlah mengapa sudut pandang pemerintah saja dianggap tidak cukup untuk menerjemahkan proses pembangunan suatu perencanaan dimana masyarakat juga berada di dalamnya.

Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan pembangunan sangatlah penting. Hal ini sendada dengan apa yang disampaikan oleh pihak ITDC saat dikaukan wawancara di Knator ITDC di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Salah satau pejabat dari ITDC menyampaikan bahwa:

”Tentunya masyarakat merupakan bagian penting pembangunan pengembangan kawasan karna pariwisata itu adalah komunity bes the politmen jadi pengembangan kawasan yang kita lakukan memang parsitipasi aktif masyarakat baik secara lansung ataupun secara tidak langsung kita contohkan ketika kita melakukan pembangunan, dan ketiak masyarakat akan terdampak secara langsung maka terlebih dahulu kita melakukan sosialisai kita berikan kesempatan mereka untu aktif juga apakah menjadi tenaga kerja, apakah beliau menjadi suplayer atau menjadi tenaga pendukung seperti pengamanan dan lain sebagainya seperti itu.”

⁹⁴ Wawancara dengan Bpk. Pariwijaya, (Jabata: Site Opration) Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) tanggal 3 Desember, 2021. Puku: 09:30-Selesai.

Pengikutsertaan masyarakat dalam proses penentuan kebijakan publik dianggap sebagai salah satu cara yang efektif untuk menampung dan mengakomodasi berbagai kepentingan yang beragam tadi. Dengan kata lain, upaya pengikutsertaan publik yang terwujud melalui perencanaan partisipatif dapat membawa keuntungan substantif dimana keputusan publik yang diambil akan lebih efektif disamping akan memberi sebuah rasa kepuasan dan dukungan publik yang cukup kuat terhadap suatu proses pembangunan. Dengan demikian keterlibatan masyarakat dalam proses penentuan kebijakan publik yang memberikan nilai strategis bagi masyarakat itu sendiri menjadi salah satu syarat penting dalam upaya pembangunan yang dilaksanakan. Hanya saja dalam konteks ini, tentu harus di filter atau disaring masyarakat yang memang harus terlibat dan tidak terlibat. Menurut hasil wawancara, masyarakat yang terlibat tentu akan disesuaikan dengan komposisi masyarakat itu sendiri. Sebagai mana yang di nyatakan oleh; Pariwisata bagian Stie Opration di ITDC yang menyebutkan bahwa:

“Tentunya kita pilah masyarakat kita dalam tiga katagori, yaitu, pertama adalah di zona inti sendiri masyarakat yang memang tinggal didalam meliputi aspek keagamaan. Kedua adalah masyarakat penyangga Mandalika yaitu masyarakat yang tinggal secara berdampingan dengan kawasan mandalika dan masyarakat NTB pada khususnya serta Lombok Tengah dan masyarakat Indonesia yang tinggal di kawasan kita. Nah dalam pemberdayaan itu tentunya pasti kita melakukan segala prioritas, segala prioritas itu tentunya melalui zonasi inti kita masyarakat yang memang tinggal di tengah kawasan yang memang terdampak langsung dalam pembangunan. Ketiga masyarakat-masyarakat yang lainnya di penyangga yang juga ikut mendukung kita. Nah kata penyangga ini sangatlah luas apakah itu penyangga kecamatan ataupun kabupaten

Lombok Tengah itu sendiri seperti itu tentunya ini terbukti dari persentase tenaga kerja kita yang kita ajak bekerja sama di kawasan itu hampir mendekati angka 70 persen bahkan di zona inti sendiri hampir mendekati 90 persen persentasenya.”⁹⁵

Bertitik tolak pada hasil wawancara di atas, dalam rangka menjalankan strategi komunikasi guna membangun partisipasi masyarakat untuk menjadi bagian dari perencanaan pembanguan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK-Mandalika) yang terletak di Desa Kute, Kecamatan Pujut. Kabupaten Lombok Tengah, telah dilakukan dengan baik, sehingga masyarakat dapat memberikan dukungan serta dorongan yang kuat untuk terwujudnya pembangunan tersebut. Namun demikian, perlu diketahui bahwa pola dan atau strategi yang dilakukan tersebut tentu dirasa tidak cukup bila hanya dilakukan untuk menjangkau kepentingan mereka semata agar menjadi bagian dari pendukung pelaksanaan pembangunan tersebut. Tetapi bagaimana pihak pengelola proyek harus mempertimbangkan tingkat kesejahteraan masyarakat jangka panjang untuk menghindari gejala-gejala sosial yang dapat menimbulkan berbagai konflik di tengah masyarakat. Sejauh pembangunan Sirkuit MotoGP berlangsung hingga penyelenggaraan supper bike yang digelar pada tanggal 22 Oktober lalu. Telah menyita perhatian masyarakat luas. Hal ini semakin memperkuat dukungan masyarakat lokal yang menjadi bagian dari masyarakat zona inti, masyarakat penyangga dan masyarakat pendukung di wilayah Desa Kute, karena secara otomatis dapat

⁹⁵ Wawancara dengan Bpk. Pariwijaya, (Jabatan: Site Operation) Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) tanggal 3 Desember, 2021. Pukul: 09:30-Selesai.

meningkatkan pendapatan ekonomian mereka. Hal ini juga di ungkapkan oleh Pariwijaya sebagai salah satu pegawai di ITDC ia menyatakan bahwa:

“Tentunya masyarakat adalah salah satu pilar penting dalam membangun kawasan KEK-Mandalika ini sehingga keterlibatan masyarakat sangat penting sekali karena pariwisata itu berbasis pada masyarakat kalo masyarakat memang mendukung, insyaallah pembangunan itu pasti berjalan dengan lancar, karna pariwisata itu dampaknya sangat jelas bagi masyarakat sehingga ketika masyarakat kita terlibat dampak manfaatnya secara langsung di rasakan. Kawasan kita ini sangat di lihat oleh pemerintah, kami contohkan mengalir dukungan secara langsung dari masyarakat pasca ipen word setelah ini kami siap membantu menjaga keamanan karna kami telah merasakan secara langsung banyak memimpin ketika kami bertemu dalam rapat menyampaikan hal yang sama begitu juga bukan hanya pemimpin masyarakat juga kami siap menjaga keamanan dan kondisipitas karna dalam berlangsungnya pembangunan ini secara cepat memberikan manfaat kepada masyarakat.”⁹⁶

Upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak ITDC dalam membangun strategi partisipasi masyarakat, untuk terlibat langsung dalam pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Kute, tentu sudah sangat baik. Namun dalam konteks ini perlu dilihat langkah-langkah seperti:

a) Usulan melalui ide-ide

Bahwa masyarakat yang ada di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah harus dapat berkomunikasi dengan baik oleh pihak pengelola dalam hal ini adalah pihak ITDC dan juga pemerintah. Hal ini dilakukan dalam rangka menyampaikan ide-ide demi kemajuan dunia pariwisata dan dapat meningkatkan lajunya

⁹⁶ ⁹⁶ Wawancara dengan Bpk. Pariwijaya, (Jabata: Site Opration) Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) tanggal 3 Desember, 2021. Puku: 09:30-Selesai.

pertumbuhan ekonomi masyarakat yang ada di sekitar Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Tentu melalui berbagai program-program pembangunan dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

b) Evaluasi

Di dalam kegiatan forum maupun pemerintahan, setiap kali diadakannya berbagai kegiatan-kegiatan atau program-program kerja perlu dilakukan evaluasi agar Perencanaan Komunikasi dapat berjalan secara stabil dan bisa mengajak masyarakat secara langsung.

c) Membangun Komitmen bersama dengan masyarakat.

Dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat maka pemerintah dan khususnya pihak pengelola mega proyek ITDC harus mampu menyiapkan strategi yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk berpartisipasi seperti:

1. Melibatkan seluruh masyarakat dalam musyawarah dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menuangkan pokok-pokok pikiran atau ide-ide.
2. Membangun kepercayaan dari masyarakat adalah merupakan langkah yang efektif karena dengan cara ini pemerintah dan pihak pengelola ITDC meyakini bahwa tingkat partisipasi masyarakat akan meningkat. Karena dengan rasa percaya masyarakat terhadap pemerintah dapat memicu keinginan dari masyarakat untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan pembangunan yang ada di desa.

B. Pendekatan Persuasif dalam Membangun Komunikasi

1. Bentuk Partisipasi non fisik

Pada proses ini pemerintah bekerjasama dengan unsur-unsur yang ada dimasyarakat, mulai dari Kepala Desa, Sekertaris Desa, BPD, tokoh agama dan tokoh masyarakat yang dianggap mampu menuangkan ide-ide serta gagasan-gagasan dalam program dan kegiatan yang akan dilaksanakan, baik dalam jangka pendek, menengah maupun dalam jangka panjang. Perencanaan ini Pemerintah harus tetap memberikan peluang kepada masyarakat untuk memberikan sumbangsi pemikiran yang baik untuk rencana pembangunan yang telah dihayatkan bersama. Bentuk partisipasi ini adalah bentuk yang sangat potensial untuk menjadikan arah pembangunan kepada kebutuhan masyarakat.

2. Bentuk Partisipasi fisik

a. Partisipasi dalam bentuk tenaga. Dalam sebuah proses pembangunan di Sirkuit MotoGP Mandalika ketelibatan masyarakat sangat di butuhkan. Keikutsertaan masyarakat dalam proses pembangunan merupakan suatu rangkaian yang tidak terlepas dari jalanya perkembangan suatu pembangunan. Dalam pelaksanaan pembangunan biasanya masyarakat selalu ikut berkontribusi di dalam pembangunan. Salah satu bentuk partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan ialah memberikan bantuan secara langsung atau menjadi pelaksana atau pekerja dalam kegiatan pembangunan.

Hal ini di sampaikan pula oleh Bapak Kepala Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, yang menyampaikan bahwa prtsisipasi masyarakat dalam keikutsertaannya membangun Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika adalah hampir di dominasi oleh partisipasi kerja yang sifatnya dalam bentuk parisipasi secara fisik. Menurut Kepala Desa Kute, ia menyampaikan bahwa:

“Bahwasanya keterlibatan masyarakat dalam hal partisipasi pembanguna KEK Mandalika adalah tergantung dari skill masyarakat kecuai kalo jadi staf, kalau staf bagian dalam tidak ada tergantung masyarakat bisa di kerjakan oleh masyarakat ya tergantung kesepakatan itu sendiri, jadi kita tidak ada istilah paksaan”

3. Keberhasilan Strategi Pemerintah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

Kepemimpinan Pemerintah merupakan faktor penting untuk menentukan kemajuan desa/kelurahan dan kecamatan yang menjadi tanggung jawabnya, tetapi pemerintah juga tidak mungkin melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya untuk menjadikan suatu pembangunan adanya dukungan dan partisipasi dari masyarakat, untuk itu pemerintah dan juga partisipasi dari masyarakat harus berjalan secara seiring dan sejalan agar tercipta suasana yang kondusif dan harmoni sehingga tujuan dan cita-cita untuk menjadikan suatu pembangunan semakin baik akan bisa terwujud. Keberhasilan dari strategi yang di terapkan oleh pemerintah tidak terlepas dari namanya rasa kebersamaan antara semua unsur terkait demi mencapai tujuan hidup bersama.

Keberhasilan strategi yang di terapkan merupakan hasil bersama antara pemerintah dan masyarakat. Sehingga dapat dilihat bahwa hubungan antara pemerintah dengan masyarakat itu berjalan dengan baik atau harmonis. Ada pun hasil dari bentuk strategi pemerintah dengan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan yaitu:

- a. Perbaiki gedung-gedung sekolah.
- b. Perbaiki jalan-jalan dan jembatan penghubung yang ada di desa
- c. Perluasan jalan
- d. Pembangunan sarana dan prasarana
- e. Pembangunan tempat ibadah.

C. Strategi Komunikasi Meningkatkan Partisipasi Masyarakat

Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan. Efek komunikasi dalam pembangunan didefinisikan sebagai situasi komunikasi yang memungkinkan munculnya partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela, murni dan bertanggung jawab (Hamijoyo 2005). Perumusan strategi komunikasi tidak terlepas dari pemahaman unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi. Kemacetan dalam proses komunikasi menunjukkan strategi komunikasi yang digunakan tidak tepat.

Sesuai dengan penjelasan kondisi aktual aktivitas komunikasi yang terjadi pada daerah penelitian, maka untuk menciptakan efek partisipasi masyarakat dalam musyawarah perencanaan program community development, komunikator (pemerintah dan perusahaan) harus dapat

menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya berpartisipasi dalam pembangunan, dengan melakukan pendekatan persuasif melibatkan peran serta tokoh adat karena komunitas pada daerah penelitian ini merupakan komunitas adat dan hidup berdasarkan norma adat yang berlaku, memberikan undangan atau jadwal pertemuan secara langsung sehingga masyarakat merasa dihargai atau merasa dibutuhkan dalam proses komunikasi.

Penggunaan media komunikasi yang beragam sesuai dengan keadaan sosial budaya masyarakat, komunikator harus dapat menciptakan iklim komunikasi yang dapat merangsang para partisipan berani mengeluarkan pendapat atau ide pembangunan sehingga tidak didominasi oleh orang-orang yang pandai dalam berbicara saja, ini dapat dilakukan dengan pendekatan komunikasi interpersonal dengan cara mendatangi warga dan menanyakan permasalahannya, dan atau komunikator dapat memanfaatkan saluran komunikasi tradisional yang berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat yaitu acara gelar tikar adat.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pihak ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat adalah mereka melakukan upaya pendekatan dengan sejumlah cara yang dinilai tepat untuk membangun kedekatan dengan masyarakat.

“Dalam membangun partisipasi masyarakat pihak ITDC selalu melakukan komunikasi secara intensif agar bisa memberdayakan masyarakat lokal sebanyak-banyaknya. Bahkan dari yang sudah berjalan kita pernah melakukan pemberdayaan bagi masyarakat itu sekitar hampir 60% hari ini. Kita memiliki SK mandalika ITDC dan kita memperoleh SK itu juga dari Bupati yang menyatakan bahwa ada sekian desa menyangga di sebutnya desa yang langsung berhubungan dengan ITDC saya itu ada

enam awalnya lima lalu di usulkan satu, sehingga menjadi enam desa. Enam desa penyangga ini di kecamatan pujut kita bukan hanya enam desa penyangga tetapi memprioritaskan tetangga jadi kayak misalnya bapak membuat rumah yang pertama kali di prioritaskan adalah tetangga terdekat pada intinya kita semua melibatkan seluruh masyarakat dalam skala prioritasnya.”⁹⁷

Upaya-upaya yang telah dilakukan pihak ITDC disatu sisi terbilang cukup akomodatif dengan atas keberpihakannya kepada warga masyarakat secara menyeluruh. Cara-cara mereka mengklasifikasikan dengan mengategorisasikan kelompok-kelompok masyarakat yang menjadi bagian dari desa inti, penyangga dan pendukung, tentunya dinilai sangat tepat agar dapat memperifikasi berbagai bantuan dan pelibatan masyarakat secara massif dan signifikan.

Sejauh yang dilakukan oleh ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat juga seakan tidak terlepas dari pola-pola tradisional yang dapat digunakan sebagai sarana media dalam berkomunikasi. Misalnya pola tradisional yang dimaksud dalam konteks ini adalah kebiasaan-kebiasaan hidup masyarakat dalam hal berkomunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Memfaatkan pola-pola komunikasi secara tradisional setidaknya dapat mempercepat partisipasi masyarakat karena masyarakat merasa menjadi bagian dari proses pembangunan, masyarakat juga memiliki budaya sebagai orang pribumi dengan legitimasi kultur, sosial, budaya dan agama yang dimiliki oleh masyarakat Desa Kute, Kecamatan Pujut,

⁹⁷ Wawancara dengan Bapak, I Ketut Gede Darmawan, (Posisi di ITDC sebagai General Supoot) Wawancara dilakukan pada tanggal 29, Oktober, 2021. Pukul: 11:00-Wita.

Lombok Tengah. Hal ini mempermudah mereka dalam mengemukakan permasalahan yang dihadapi karena menggunakan bahasa daerah, sehingga komunikator perlu menempatkan petugas pengembangan masyarakat dari warga terdidik asli daerah.

Strategi komunikasi pembangunan bukan hanya menyangkut meningkatkan partisipasi masyarakat tetapi bagaimana menciptakan ide atau pesan melalui penyebaran informasi yang berguna sesuai dengan kebutuhan dan prioritas masyarakat sehingga membawa perubahan pengetahuan, keterampilan dan sikap sehingga mampu melihat masalahnya dan menyelesaikan masalahnya sendiri tanpa bergantung dari pihak lain. Pada program community development, pesan komunikasi harus dapat memandirikan masyarakat agar dapat meningkatkan taraf hidupnya, mengoptimalkan SDM dan SDA sebaik mungkin.

Dalam konteks ini, merencanakan suatu pesan pembangunan harus dilakukan dengan mengidentifikasi masalah yang menjadi kebutuhan sasaran dengan mengenal kondisi sosial komunitas setempat dan keadaan alam setempat untuk dapat memecahkan masalah. Potensi yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan masyarakat di Desa Kute adalah karena banyaknya hasil potensi ekonomi di Kawasan Ekonomi Khusus KEK Mandalika bagi masyarakat.

D. Masyarakat dalam Partisipasi Pembangunan KEK Mandalika

Kawasan Ekonomi Khusus KEK Mandalika yang berlokasi di kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat adalah kawasan yang memiliki luas

wilayah kurang lebih 1.250 ha. Kawasan ini berjarak 16 km dari Bandara Internasional Lombok, 55 km dari pelabuhan Lembar, dan 45 km dari kota Mataram yang merupakan ibukota provinsi Nusa Tenggara Barat. Konsep bisnis yang dikembangkan di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika dibagi menjadi dua, yakni public realm dan private realm. Public realm merupakan konsep bisnis yang mengembangkan fasilitas-fasilitas yang menunjang keberlangsungan kawasan tersebut seperti infrastruktur transportasi, jaringan utilitas yang mencakup listrik, air, dan gas, jaringan komunikasi, taman, sarana olahraga dan hiburan, pelayanan public seperti perdagangan, kesehatan, dan keamanan, serta agro-tourism dan sarana peribadatan.

Sedangkan Private realm adalah konsep bisnis yang mengembangkan Independent Development Packages seperti hotel, spa, tempat konferensi, dan museum serta tempat kerajinan. Pemerintah kabupaten memiliki peran untuk ikut mengembangkan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika melalui institutional setting. Pemerintah kabupaten dalam hal ini Bupati Lombok Tengah dirasa mempunyai kuasa untuk ikut menguatkan dan mempromosikan atraksi-atraksi pariwisata.⁹⁸

Pembangunan KEK memiliki implikasi bagi sejumlah pihak, baik pemerintah pusat, pemerintah daerah, investor, dan para pekerja lokal. Berbagai macam destinasi pariwisata disajikan pada wilayah Desa Kute, sesuai dengan potensi-potensi yang dimilikinya, mulai dari keindahan pantai di bawah laut, pemandangan alam yang menghijau, bentangan laut biru yang

⁹⁸ Zulfan Asri Ramdani, M. Sani Roychansyah, Yori Herwang, Peran Pemerintah dalam Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Provinsi Nusa Tenggara Barat, Jurnal Planoeearth, Vol. 5, No. 1, Februari 2020, hal 1-6

dapat memanjakan mata para pengunjung dan masih banyak potensi keindahan alam lainnya yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan. Oleh karena itu pemerintah tidak serta merta membelakangi masyarakat yang berdomisili disana dan menjadikannya sebagai penonton. Pemerintah serta jajarannya harus berusaha secara maksimal untuk membangun dan mensejahterakan masyarakat pesisir selatan Pulau Lombok tersebut yang masih dinilai jauh dari kata sejahtera. Masyarakat harus ikut serta dalam proses pembangunan, perencanaan serta mengisi ruang-ruang pekerjaan yang mempunyai sesuai kemampuan masing-masing baik secara individu maupun kelompok.

Masih rendahnya sumber daya manusia (SDM) baik secara kualitas maupun kuantitas merupakan salah satu penyebab lambatnya perkembangan kepariwisataan di Kute Lombok. Sumber daya manusia merupakan salah satu komponen vital dalam pembangunan pariwisata. Hampir setiap tahap dan elemen pariwisata memerlukan sumber daya manusia untuk menggerakkannya. Faktor sumber daya manusia sangat menentukan eksistensi pariwisata. Sebagai salah satu industri jasa, sikap dan kemampuan staff akan berdampak krusial terhadap bagaimana pelayanan pariwisata yang diberikan kepada wisatawan secara langsung tentu akan berdampak pada kenyamanan, kepuasan dan kesan atau pesan atas kegiatan wisata yang dilakukannya (Pitana dan Diarta, 2009:72).

Pentingnya peranan sumber daya manusia guna mendukung dan menjalankan kegiatan kepariwisataan termasuk dalam hal pengembangan

destinasi pariwisata. Hal tersebut diperlukan selain untuk meningkatkan daya saing destinasi, juga sebagai komponen pendukung dalam keberlanjutannya, sehingga sangat berpengaruh pula pada lambat atau tidaknya perkembangan suatu destinasi pariwisata.⁹⁹

Menurut Conyers (1994:154), terdapat tiga alasan utama mengapa partisipasi masyarakat mempunyai sifat penting. Pertama, partisipasi masyarakat merupakan suatu alat guna memperoleh informasi mengenai kondisi, kebutuhan dan sikap masyarakat setempat, yang tanpa kehadirannya program pembangunan serta proyek-proyek gagal.

Kedua, masyarakat akan lebih mempercayai proyek atau program pembangunan jika merasa dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaannya, karena mereka akan lebih mengetahui seluk beluk proyek tersebut dan akan mempunyai rasa memiliki terhadap proyek tersebut. Ketiga, timbul anggapan bahwa merupakan suatu hak demokrasi bila masyarakat dilibatkan dalam pembangunan masyarakat mereka sendiri.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam membangun pengembangan KEK Mandalika adalah:

”Jadi biasanyasih mereka koridasi sama perangkat desa biasanya kalok gak salah juga kita itu kalok setiap mau ada proyek untuk pembangunan ataupun yang melibatkan ITDC disitu bersama dengan pemprop mungkin atau dengan pemkap itu juga ada kerja sama menghubungi kepala desa jadi ada porum-porumnya rutin sudah ada forumnya sendiri bersama dengan konsultan itu untuk mensosialisasikan apa-apa saja dan selalu melibatkan perangkat desa sih, setau saya sih kayak gitu yaa,”yaa” itu jadinya strategi politiknya sih itu kayak gitu

⁹⁹ Kanom, Strategi Pengembangan Kuta Lombok Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, JUMPA Volume 1 Nomor 2, Januari 2015, h, 33.

karna mau gak mau kepala desa itu salah satu setekhokonder yang berada paling dekat bersama pariwisata itu jadinya memang apa bila nanti membutuhkan keterlibatan masyarakat disitu, memudahkan perangkat desa mengetahui dan mensosialisasikan itu kepada masyarakat.”¹⁰⁰

Melihat penjelasan di atas, secara sosial keuntungan utamanya adalah untuk mengaktifkan masyarakat yang cenderung individualistik juga agar dalam membangun partisipasinya tersebut harus atas dasar asas kebersamaan dan memiliki komintemn yang tinggi. Di dalam proses partisipasi tersebut, secara simultan penyelenggara dapat mempromosikan semangat komunitas dan rasa kerjasama dan keterlibatan.

Dari segi politik, partisipasi lebih mempromosikan participatory dibanding demokrasi perwakilan (*representative democracy*) sebagai hak demokrasi dari setiap orang dan dengan demikian publik secara umum, untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan. Partisipasi masyarakat juga akan membantu para pembuat keputusan lainnya untuk mendapatkan gambaran lebih jelas mengenai permintaan masyarakat dan aspirasi konstituen mereka atau semua pihak yang akan terpengaruh, dan sensitivitas pembuatan keputusan dapat dimaksimalkan jika ditangani secara tepat.

Dari segi planning, partisipasi masyarakat juga selalu menyediakan sebuah forum untuk saling tukar gagasan dan prioritas, penilaian public interest dalam dinamikanya. Analisa bentuk partisipasi masyarakat dalam

¹⁰⁰ Hasil wawancara bersama Mbak Putri ITDC (Jabatan Hiuman Capilatal). Wawancara dilakukan Wawancara dilakukan pada tanggal 29, Oktober, 2021. Pukul: 11:00-Wita.

upaya pengembangan pembangunan KEK Mandalika di Desa Kute, Kecamatan Pujut Lombok Tengah.

1. Partisipasi secara fisik

Bentuk keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan bukan hanya keterlibatan secara emosional, tetapi juga keterlibatan dalam memberikan kontribusi besar guna menunjang pelaksanaan pembangunan yang berwujud uang yang berguna bagi pelaksanaan pembangunan. Partisipasi ini dapat berupa sumbangan berupa uang untuk suatu kegiatan atau program pembangunan. Keterlibatan masyarakat dalam bentuk sumbangan dana yang berguna bagi pelaksanaan pembangunan akan memiliki dampak positif terhadap partisipasi masyarakat dalam melestarikan dan mengembangkan hasil dari pembangunan itu sendiri sebab dengan ikut terlibatnya mereka dalam memberikan kontribusi dalam bentuk sumbangan dana maka akan meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab moral terhadap keberhasilan kegiatan pembangunan yang dilaksanakan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diperoleh informasi bahwa bentuk partisipasi masyarakat secara fisik adalah, Keterlibatan masyarakat dalam bentuk menjadi bagian dari pekerja atau buruh. Partisipasi masyarakat dalam bentuk ini biasanya mereka akan terlibat di dalam pelaksanaan pembangunan untuk di jadikan sebagai tenaga buruh atau pekerja.

2. Partisipasi masyarakat dalam pemanfaatan pembangunan

Setiap anggota masyarakat berhak untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan terlebih ketika masyarakat terdampak secara langsung terhadap eksistensi pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika. Partisipasi masyarakat dalam menikmati hasil dapat dilihat dari tiga segi yaitu segi aspek manfaat materialnya, aspek manfaat sosialnya dan manfaat pribadi. Dari adanya kegiatan pelaksanaan pembangunan di Kawasan Khusus Ekonomi KEK Mandalika di Desa Kute, Pujut, Lombok Tengah, diharapkan pembangunan tersebut dapat memberikan manfaat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi, wirausaha dan lainnya.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, dari hasil informasi yang diperoleh bahwa proyek Sirkuit MotoGP KEK Mandalika adalah salah satu pembangunan yang bertaraf Internasional dengan mempunyai sejumlah potensi untuk dimanfaatkan secara nasional maupun internasional. Pembangunan yang telah dihasilkan di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah ini, adalah perbaikan berbagai jalan penghubung, membangun sarana-prasarana, menyediakan fasilitas yang memadai, perhotelan, tempat bermain, beragam objek wisata dan masih terdapat sejumlah tempat-tempat bersejarah atau situs bersejarah yang dapat dikunjungi oleh masyarakat luas.

Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam pemanfaatan pembangunan juga sangat penting, dimana keterlibatan masyarakat

yang dimaksud dapat diwujudkan dengan cara ikut berpartisipasi dalam bentuk merawat, memelihara pembangunan, mendukung dan merasa memiliki agar mampu menghadirkan keharmonisan dalam mengelola, merawat dan menjaga keasrian dan keindahan alam sebagai tempat wisata yang dimiliki oleh masyarakat Desa Kute, Pujut, Lombok Tengah.

Sesuai dengan yang pernah dinyatakan oleh Cohen dan Uphoff bahwa Partisipasi dalam pemanfaatan hasil dapat dicapai, diwujudkan dalam bentuk keterlibatan seseorang, sekekompok orang pada tahap-tahap pemanfaatan suatu proyek setelah proyek tersebut selesai dikerjakan. Partisipasi masyarakat pada tingkatan ini diwujudkan dengan cara memberikan bantuan berupa tenaga dan uang untuk mengoperasikan dan memelihara proyek yang telah dibangun. Keterlibatan masyarakat dalam bentuk pemeliharaan pembangunan yang telah dihasilkan selama ini yang diwujudkan dengan cara ikut berpartisipasi dalam bentuk merawat/memelihara pembangunan melalui swadaya masyarakat belum ada, masyarakat masih mengandalkan dana dari pihak kelurahan.

Kepedulian masyarakat masih dianggap kurang, karena berdasarkan hasil wawancara peneliti melalui informasi yang diperoleh bahwa masih ada masyarakat yang tidak peduli dengan keadaan pembangunan dan lingkungan di sekitar wilayah mereka masing-masing. Terutama dalam hal kepedulian mereka terhadap

kebersihan lingkungan di drainase. Pihak pemerintah kelurahan berharap dengan adanya pembangunan yang dihasilkan pada saat ini masyarakat setempat mampu meningkatkan kepedulian mereka terhadap pemeliharaan pembangunan di lingkungan sekitar mereka masing-masing. Partisipasi masyarakat dalam hal ini adalah bentuk pemeliharaan pembangunan merupakan peranan penting bagi kelangsungan pembangunan yang ada di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten, Lombok Tengah.¹⁰¹

3. Partisipasi menjaga Keamanan

Untuk mewujudkan keberhasilan pembangunan, inisiatif dan kreatifitas dari anggota masyarakat yang lahir dari kesadaran dan tanggung jawab sebagai manusia yang hidup bermasyarakat dan diharapkan tumbuh berkembang sebagai suatu partisipasi. Sehubungan dengan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Partisipasi merupakan keterlibatan masyarakat secara aktif masyarakat dapat juga terlibat dalam proses penentuan arah strategi kebijakan pembangunan yang dilaksanakan pemerintah. Hal ini terutama berlangsung dalam proses politik dan juga proses sosial, hubungan antara kelompok kepentingan dalam masyarakat sehingga demikian mendapat dukungan dalam pelaksanaannya.

Menurut Slamet, partisipasi masyarakat dalam pembangunan diartikan sebagai ikut sertanya masyarakat dalam pembangunan, ikut

¹⁰¹ Dea Deviyanti, Studi Tentang Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Di Kelurahan Karang Jati Kecamatan Balikpapan Tengah, eJournal Administrasi Negara, Volume 1, Nomor 2, 2013, h, 138.

dalam kegiatan pembangunan dan ikut serta memanfaatkan dan ikut menikmati hasil-hasil pembangunan.

Konsep partisipasi masyarakat dalam pembangunan sudah mulai dikenalkan oleh pemerintah sejak awal tahun 1980-an melalui istilah pemberdayaan masyarakat. Masyarakat diharapkan untuk dapat berpartisipasi dalam membangun serta menjaga lingkungan dimana mereka berada. Untuk mensukseskan gerakan pemberdayaan masyarakat tersebut kemudian pemerintah membentuk beberapa lembaga-lembaga PKK, LKMD, dan karang taruna sebagai wadah dalam mendorong komunitas lokal untuk berpartisipasi dan menjunjung solidaritas bersama.

Mengingat pemberdayaan masyarakat kebanyakan adalah staf pemerintah atau yang ditunjukkan oleh pemerintah bekerja sebagai penghubung antara kebijakan serta agenda pembangunan dengan apa yang harus dilakukan oleh komunitas. Partisipasi masyarakat dalam pembangunan menurut diartikan sebagai keikutsertaan masyarakat yang efektif membutuhkan kesepian dari partisipasi masyarakat.

Partisipasi dalam menerima hasil pembangunan dan menilai hasil partisipasi masyarakat, merupakan peran penting dalam proses pengidentifikasian yang memiliki potensi dalam bidang pengembangan proses pembangunan. Pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternative solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah, dan ketertiban masyarakat

dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi. Usaha pemberdayaan masyarakat, dalam arti pengelolaan pembangunan di Sirkuit MotoGP KEK Mandalika di Desa Kute, harus dibangun dengan berorientasi pada potensi viskal, melibatkan masyarakat serta adanya usaha yang mengarah pada kemandirian masyarakat setempat. Keikutsertaan masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan secara aktif baik pada pembuatan rencana pelaksanaan maupun penilaian pembangunan menjadi demikian penting sebagai tolak ukur kemampuan masyarakat untuk berinisiatif dan menikmati hasil pembangunan yang telah dilakukan. Dalam meningkatkan dan mendorong munculnya sikap partisipasi, maka yang perlu dipahami oleh pengembang dalam hal ini adalah ITDC selaku pengelola mega proyek Sirkuit MotoGP KEK Mandalika dengan mampu mengakomodir berbagai kepentingan masyarakat pribumi yang dirasa penting bagi penduduk lokal baik secara individu maupun kelompok masyarakat secara luas.

E. KEK Mandalika sebagai Instrumental Ekonomi Masyarakat

Selesainya pembangunan proyek Sirkuit Internasional Mandalika di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, kini seakan muncul menjadi simbol ekonomi baru di wilayah Indonesia Timur, khususnya wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Hadirnya Sirkuit MotoGP KEK Mandalika tersebut telah dijadikan sebagai asset untuk menarik minat wisatawan

mancanegara yang singgah usai menyaksikan event dunia, baik World Superbike (WSBK), MotoGP maupun Formula 1.

Sirkuit MotoGP KEK Mandalika yang dikelola oleh PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau dikenal dengan Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) merupakan bagian dari Injourney yaitu sebuah holding BUMN pariwisata dan pendukung yang resmi beroperasi dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 104 Tahun 2021 tanggal 6 Oktober 2021. Event balap internasional World Superbike (WSBK) yang dihelat tahun ini di Sirkuit Mandalika pada 19-21 November 2021 dinilai menjadi momentum untuk kebangkitan perekonomian di NTB, dan utamanya Indonesia Timur.

Melalui peresmian Sirkuit Mandalika, Presiden Jokowi berharap keberadaan sirkuit di Kabupaten Lombok Tengah ini bisa menjadi titik-titik ekonomi baru untuk Provinsi Nusa Tenggara Barat. “Dengan perhelatan-perhelatan besar setiap tahun di Sirkuit MotoGP Mandalika, kita harapkan memunculkan titik-titik ekonomi baru di NTB.”

Eksistensi KEK Mandalika di Kabupaten Lombok Tengah yang diniali menjadi lading dan sumber penghasilan ekonomi bagi wilayah Indonesia bagian Timur, khususnya bagi Provinsi Nusa Tenggara Barat, dapat dinilai terkesan berlebihan. Sedangkan sejumlah persoalan dan masalah-masalah yang muncul dari konflik warga masyarakat yang tedampak dari adanya pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika juga tampak seakan tidak dapat diselesaikan secara optimal.

Pengamat Pariwisata Universitas Andalas Sari Lenggogeni, menyebut Jokowi boleh saja punya ide dan mimpi besar, tapi jangan di atas angin dulu karena realitanya bisa jadi tak seindah yang dibayangkan. Dia menilai masih banyak PR yang mesti diselesaikan pemerintah dalam mewujudkan titik ekonomi baru. Apabila pemerintah membidik pariwisata premium untuk kelas atas dan bergeser dari mass tourism menjadi niche tourism, maka kualitas wisata yang diberikan harus sesuai dengan promosi.

Dikatakan sebagai salah satu sumber penghasilan masyarakat secara luas dari setelah adanya pembangunan Sirkuit MotoGP di Desa Kute, Kecamatan Pujut maka secara otomatis peningkatan ekonomi masyarakat dapat terjadi. Banyaknya wisatawan asing yang datang dari berbagai penjuru negara, akan meningkatkan lalu lintas baik darat maupun udara, artinya akan berdampak positif bagi peningkatan pendapatan di sektor transportasi.

Kemudian kebutuhan akan tempat tinggal sementara bagi para wisatawan pasti akan tinggi. Tempat penginapan berbayar seperti hotel yang berada seputar area sirkuit pasti akan ketiban rezeki. Di sisi lain, dengan banyaknya masyarakat baik domestik maupun internasional yang datang ke NTB, tentu akan meningkatkan ekonomi lokal karena adanya peningkatan konsumsi selama ajang balapan berlangsung, dan ini sekaligus akan membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

Sementara untuk jangka panjang, keberhasilan penyelenggaraan balapan bertaraf internasional ini, diharapkan sebagai ajang untuk promosi pariwisata Indonesia khususnya berbagai tempat wisata yang ada Nusa Tenggara Barat

yang memiliki kekayaan alam yang tidak kalah indah dibandingkan daerah lainnya, dan kesuksesan Indonesia sebagai negara penyelenggara, tentu membawa dampak positif bagi sektor investasi, karena suasana yang kondusif dan terkendali akan banyak memancing investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Pada akhirnya terjadi peningkatan devisa negara dan Pendapatan Asli Daerah.¹⁰²

Berdasarkan wawancara pembangunan Sirkuit MotoGP ini telah memberikan efek serta pengaruh ekonomi yang cukup signifikan. Masyarakat terlihat sangat antusias menyambut adanya WSBK yang akan sebentar lagi digelar. Tentunya hal itu nanti akan menjadi semangat baru untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya agar ke depannya mereka mampu untuk menghadapi berbagai perubahan sosial yang akan terjadi.¹⁰³

Merujuk dari berbagai penjelasan di atas bahwa. Pihak pemerintah dan ITDC sudah secara intens melakukan tingkat komunikasi dengan baik kepada masyarakat agar ikut serta dan berpartisipasi secara aktif dalam membangun Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang ada di Desa Kute Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Dalam berbagai pola dan strategi yang dilakukan oleh pihak ITDC dan juga pemerintah, setidaknya sudah memberikan berbagai solusi alternative untuk membangun kerjasama dengan masyarakat. Hal itu dilakukan dengan tujuan agar pembangunan dapat berjalan dengan lancar dan bagi masyarakat yang terdampak secara langsung

¹⁰² [Apa dampak positif dan negatif sirkuit mandalika bagi perekonomian nasional? \(mt5.com\)](http://mt5.com), Akses pada tanggal 5 Desember 2021. Pkl. 16 : 30 – Selesai

¹⁰³ Wawancara Sekretaris Desa, (Miq Rate, 45 Thn) pada tanggal 15 November, 2021. Pukul 10:00-Selesai.

dari adanya pembangunan Sirkuit MotoGP tersebut juga secara otomatis diberikan ganti rugi oleh pihak pengelola dan juga pemerintah agar tidak menimbulkan perpecahbelahan di tengah-tengah kehidupan masyarakat.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi komunikasi yang dilakukan ITDC dalam upaya penyelesaian masalah sengketa lahan dengan warga masyarakat Desa Kute, Kecamatan Pujut Lombok Tengah ialah:

1. Melakukan komunikasi secara tradisional yaitu; melihat pada pola budaya dan adat istiadat masyarakat setempat. Pola komunikasi seperti ini lebih terorientasi pada menekankan unsur budaya atau kebiasaan masyarakat di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah.
2. Menjankan komunikasi dengan pola pendekatan secara persuasif kepada tokoh masyarakat, tokoh adat, tokoh agama dan warga masyarakat yang terdampak secara langsung dari adanya pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah.
3. Melaksanakan kegiatan komunikasi melalui pemanfaatan program-program pemberdayaan masyarakat yang juga digunakan sebagai sarana untuk dapat membangun partisipasi masyarakat secara khusus dengan mempertimbangkan kualitas sumber daya mereka masing-masing.
4. Komunikasi secara intens yang agar dengan member kesempatan dan peluang bagi masyarakat untuk mewujudkan kesetabilatan serta keharmonisan dalam menjalin hubungan demi kepentingan pembangunan.
5. Melalui jalinan komunikasi yang baik dari pihak ITDC dengan masyarakat, kemudian masyarakat dapat dan pemerintah secara bersama-

sama dapat mewujudkan pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika yang ada di Desa Kute, Pujut, Lombok Tengah.

Partisipasi masyarakat dalam pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, juga oleh pihak ITDC akan melakukan penjaringan atau memfilter semua aspek kemampuan masyarakat. Dalam hal ini mulai dari, aspek karakteristik individu meliputi umur, pendidikan formal, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman pribadi. Selain itu, faktor lingkungan sosial, juga sangat diprioritaskan termasuk pengaruh luar negeri, intensitas konflik, tingkat isolasi wilayah, intensitas komunikasi dalam pembangunan yang dilakukan oleh ITDC juga sangat berkorelasi dengan baik sehingga mampu menjangkau akan kebutuhan masyarakat dalam membangun pengembangan KEK Mandalika sebagai Kawasan Khusus Ekonomi dan pengembangan dunia Pariwisata di Pulau Lombok dan Nusa Tenggara Barat (NTB) pada umumnya.

Dukungan infrastruktur dan sarana prasarana juga menjadi hal pokok yang di selesaikan oleh pemerintah dan ITDC sehingga dapat melibatkan partisipasi masyarakat baik secara fisik maupun non fisik. Komunikasi dan kelembagaan ekonomi juga berkorelasi dengan partisipasi masyarakat dalam komunikasi pembangunan Sirkuit MotoGP KEK Mandalika. Hal ini dilakukan agar masyarakat merasa tidak dirugikan akibat dari adanya pengusuran lahan meskipun sudah dilakukan upaya ganti rugi dan juga bagi masyarakat yang terdampak secara langsung, akan selalu diprioritaskan untuk dapat dilibatkan dalam berbagai program kerja sesuai dengan kemampuan mereka masing-

masing. Peningkatan partisipasi komunikasi pembangunan dapat dilakukan dengan proses sosialisasi dan pendampingan dalam penyusunan program pembangunan. Partisipasi masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Kute, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Strategi komunikasi pembangunan dalam program pengembangan masyarakat (*community development*) di sekitar pesisir pantai Kuta adalah selalu dengan pola komunikasi secara persuasif, tradisional, emosional dan pendekatan secara ketokohan yang dapat dilakukan guna meminimalisir adanya gejala-gejala sosial yang dapat menimbulkan konflik pada masyarakat. Selain itu, pihak ITDC dalam menjalankan strategi komunikasi dengan masyarakat juga bertujuan untuk mendesain pesan komunikasi yang dapat menciptakan kemandirian, peningkatan kesadaran partisipasi pembangunan, dengan melakukan pendekatan persuasif melibatkan peran serta tokoh adat, menciptakan iklim komunikasi yang dapat merangsang para partisipan berani mengeluarkan pendapat atau ide pembangunan dan memanfaatkan saluran komunikasi tradisional yang berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat yaitu duduk bersama dan ada forum kebebasan masyarakat untuk menyampaikan pendapatnya.

B. Saran

Tesis ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan analisis dan identifikasi pada sistem atau strategi komunikasi ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat untuk Pengembangan Kawasan Ekonomi

Khusus (KEK) Mandalika. Pada proposisi-proposisi yang telah dihasilkan tentunya sudah memasuki tahapan sebagai hipotesis yang sebenarnya meskipun masih membutuhkan kajian lebih lanjut. Strategi komunikasi dalam membangun partisipasi masyarakat merupakan langkah utama yang harus dilakukan oleh pemerintah dan khususnya pihak ITDC untuk kelancaran pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. Meskipun masih ada beberapa kendala yang kadang sering muncul sebagai gejala sosial di tengah masyarakat. Tetapi oleh seluruh elemen terkait juga turut serta dalam partisipasi pembangunan sehingga dapat mewujudkan kondusifitas pembangunan yang ideal.

Oleh karena itu, melalui penelitian ini saya berharap bisa memberikan manfaat yang baik serta memperluas wawasan dan pemahaman secara komprehensif tentang strategi komunikasi ITDC dalam membangun partisipasi masyarakat yang telah tertulis secara deskriptif oleh peneliti dalam bab-bab dan sub-babnya. Sekaligus harapan peneliti dalam tesis ini akan mampu memberikan wawasan baru agar mampu mewujudkan masyarakat yang intelektual dan rasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Toha, Dkk, “Metode Penelitian” Jakarta: Universitas Terbuka, 2007
- Afia E P Tahoba, “Strategi Komunikasi Dalam Program Pengembangan Masyarakat (Community Development): Kasus Program Community Development Pada Komunitas Adat Terkena Dampak Langsung Proyek Lng Tangguh Di Sekitar Teluk Bintuni Kabupaten Teluk Bintuni Provinsi Papua Barat (Pengembangan Pulau-Pulau Kecil 2011)
- Arni, Muhammad, “Komunikasi Organisasi Cet. Ke 6” Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Asnawida, H. “Penyusun Pedoman Penulisan Skripsi” Mataram: Institut Agama Islam Negeri Fakutas Tarbiyah, 2010
- Azharie Suzy, dan Octavia Kusuma, Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis Di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, Tahun VI/02/2014
- Bahwan, “Konstruksi Sosial dalam Tradisi Keagamaan: Praktik Ziarah Makam Keramat di Lombok” Jakarta: Pedia Pustaka, 2019
- Bungin, Burhan, “Analisis Data Kualitatif “ Jakarta: PT. Grapindo Persada, 2015
- Cangara, H. Hafied, Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013
- Changara, Hafied, “Pengantar Ilmu Komunikasi” Jakarta: Raja Grafindo, 1998

Chtijah, Citi “Relasi Media Destinasi Superprioritas Mandalika dalam Pemberitaan Kesiapan Pelaksanaan Event MotoGP 2021.” *Journal Of Media and Communication Science* 4, no.1, 2021.

Deviyanti, Dea, “Studi Tentang Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Di Kelurahan Karang Jati Kecamatan Balikpapan Tengah” *eJournal Administrasi Negara* 1, no. 2, (2013): 138.

Effendy, Onong Uchjana, “Dimensi-dimensi Komunikasi” Bandung: Alumni, 1981

Effendy, Onong Uchjana, “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.” Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002

Effendy, Onong Uchjana, “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi” Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003

Effendy, Onong Uchjana “Dinamika Komunikasi” Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004

Perpustakaan UIN Mataram

Effendy, Onong Uchjana, “Ilmu Komunikasi dan Praktek” Bandung: Remaja Rosdakarya 2007.

Effendy, Onong Uchjana, “Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek” Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009

Fadil, Fathurrahman, “Partisipasi Masyarakat Dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Di Kelurahan Kotabaru Tengah.” *Ilmu Politik dan Pemerintahan Lokal* 2 no. 2, (Juli-Desember, 2013): 251-252.

- Fitriah, Maria, dan Fadlya El'Arsya, "Berita Utama Surat Kabar Lokal di Bogor Studi Analisis Isi pada Jurnal Bogor dan Radar Bogor" *Komunikasi Pembangunan* 9, no. 1 (Februari 2011): 11-12.
- Fiske, J., "Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif" Terjemahan Yosol Iriantara dan Idi Subandy Ibrahim, Yogyakarta: Jalasutra, 2004
- Gunawan, Imam, "Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik" Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Google. "Cerita Warga Terdampak Pembangunan Sirkuit Mandalika, Angkat Kaki dari Tanah Kelahiran Saat Puasa", Klik untuk baca: Akses pada tanggal 2 Juli, 2021. <https://regional.kompas.com/read/2021/04/15/050239278/cerita-warga-terdampak-pembangunan-sirkuit-mandalika-angkat-kaki-dari-tanah?page=all>.
- Hadi, Sutrisno, "Metodologi Research" Yogyakarta: Andi Offset, 1989
- Hamijoyo, Santoso S, "Konflik Sosial Dengan Tindak Kekerasan Dan Peranan Komunikasi" *Jurnal Mediator* 2, no. 1 2001, 28.
- Hariadi, Bambang, "Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis" Malang: Bayumedia Publishing, 2005
- Ilahi, Wahyu, "Komunikasi Dakwah" Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010
- Kanom, Strategi Pengembangan Kuta Lombok Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, *Jumpa* 1, no. 2, (anuari 2015): 33

Kartono, Drajat Tri, dan Hanif Nurcholis, “Pembangunan Masyarakat Desa dan Kota, Modul Pembelajaran Kependudukan,” Atikel. Lihat; <https://putaska.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdf/IPEM4542-M1.pdf>. Aksestanggal 23, November, 2021. Pukul: 09:30-Selesai.

Keputusan Presiden RI tentang Undang-Undang Kepariwisata pada Pasal 1. https://www.kemendikbud.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/4636_1364-UUTentangKepariwisataannet. Akses pada tanggal 29 Juni, 2021. Pukul: 10:30-Selesai.

Law, A. DeLacy, T. McGrath, G.M. “A green economy indicator framework for tourism destinations”. J. Sustain. Tour. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1284857.2017>. Akses pada tanggal 5 Juli 2021. Pukul: 09: 30-Selesai.

Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, “*Strategi Management and Business Policy*, di alih bahasakan oleh Murad,

Liliwari, Alo, “Komunikasi: Serba Ada Serba Makna” Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011

Lubis, Asri, “Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan, *Tabularasa Pps Unimed* 6, no.2, (Desember 2009): 38.

Muhammad Arief Satrio, “Wonderful Indonesia” *Jurnal Indonesia Perspective* 6,no. 1 (Januari-Juni, 2021) 68.

Mulyana, Deddy, “Ilmu komunikasi Satu Pengantar” Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008

- Moleong, Lexy J., "Metodologi Penelitian Kualitatif " Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021
- Narbuko, Cholin, "Metodelogi Penelitian" Jakarta: Bumi Aksara, 2010
- Nazin, Moh. "Meotode Penelitian " Bandung: Gahlia Indonesia, 1999.
- Oliver, Sandra, "Strategy Public Relation" Jakarta: Erlangga, 2007
- Peraturan Presiden Tentang Pengesahan Asean Tourism Agreement.
[https://jdih.maritim.go.id/cfind/source/files/perpres/2006-2010/peraturan presiden no 2 th 2007](https://jdih.maritim.go.id/cfind/source/files/perpres/2006-2010/peraturan%20presiden%20no%202007). Akses pada tanggal 29 Juni, 2021. Pukul 10:30-Selesai.
- Priyono, "Metode Penelitian Kualitatif" Surabaya: Zifatama Publishing, 2008
- Profil Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Tengah 2011. www.depkes.go.id diakses pada tanggal 3 November 2017. Pukul: 09:21.
- Rahartri, "Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan Puspiptek)." *Visi Pustaka* 21, no. 2, (Agustus 2019)
- Ramdani, Zulfan Asri, dan M. Sani Roychansyah, Yori Herwang, "Peran Pemerintah dalam Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Provinsi Nusa Tenggara Barat" *Planoearth* 5, no. 1, (Februari 2020): 1-6
- Roudhonah, "Ilmu Komunikasi" Cet ke-1 45. Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007
- Satrio, Muhammad Arief, "Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka Branding "Wonderful Indonesia." *Indonesia Pespective* 6, no. 1 (Januari-Juni 2021)

Sayogi, Karina Wulan, dan Argyo Demartoto, "Pengembangan Pariwisata Bahari (Studi Deskriptif Pada Pelaku Pengembangan Pariwisata Bahari Pantai Watukarung Desa Watukarung Kecamatan Pringkuku Kabupaten Pacitan)" *Journal of Development and Social Change* 1, no. 1, (April 2018): 1-9.

Sitanggang, AR. Henry, dan Herman Wibowo "Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan, edisi ketiga" Jakarta: Erlangga, 1995

Stiner, George, dan Jhon Mineer, *ManagemenStrategik*, Jakarta: Erlangga, 1987

Suharto, Edi, "Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial", Bandung: Alfabeta 2015

Surahmi, Andi & H. Muhammad Farid, "Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang." *Komunikasi Kareba* 7, no. 2 (Juli, 2018): 233.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009.Tentang Kepariwisata. Lihat: UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata [JDIH BPK RI]. Di Akses pada tanggal 20 November, 2021. Pukul: 10:00-Selesai.

Umam, Syarif, "Strategi Pembangunan Indonesia dan Pembangunan dalam Islam" Jakarta: Fima Djakarta 2012

Vardiansyah, Dani, "Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual" Bogor: Ghalia Indonesia, 2004

Vivian, John, "Teori Komunikasi Massa" Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008

Wulandari, Sri Hermalia Siti, Chotijh & I Wayan Suadnya, "Strategi Komunikasi Pemasaran Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai Destinasi Pariwisata Prioritas Pasca Gempa Lomobk 2018", *JcommSci* 2, no. 3, 2019, 159.

Wawancara dengan Bapak, I Ketut Gede Darmawan, (Posisi di ITDC sebagai General Supoot) Wawancara dilakukan pada tanggal 29, Oktober, 2021.

Wawancara dengan Bpk. Pariwijaya, (Jabatan: Site Operation) Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) tanggal 3 Desember, 2021.

Wawancara bersama Mbak Putri ITDC (Jabatan Human Capital). Wawancara dilakukan Wawancara dilakukan pada tanggal 29, Oktober, 2021.

Wawancara, dengan Ms. (Usia 39 Thn. Pedagang di pesisir Pantai Kute, Lombok Tengah.) wawancara dilakukan pada tanggal 20, Oktober, 2021.

Wawancara Sekertaris Desa, (Miq Rate, 45 Thn) pada tanggal 15 November, 2021.