**PERAN PUBLIK DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN
(STUDI KASUS YAYASAN GERAKAN MELUKIS HARAPAN DALAM PEMBERDAYAAN
WARGA KAMPUNG EKS LOKALISASI DOLLY DI SURABAYA)**

**PERAN PUBLIK DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN
(STUDI KASUS YAYASAN GERAKAN MELUKIS HARAPAN DALAM PEMBERDAYAAN
WARGA KAMPUNG EKS LOKALISASI DOLLY DI SURABAYA)**

Nisa Rahmania

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,
Universitas Negeri Surabaya
nisarahmania@mhs.unesa.ac.id

Awang Dharmawan

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,
Universitas Negeri Surabaya
awangdharmawan@unesa.ac.id

Abstrak

Yayasan Gerakan Melukis Harapan (GMH) merupakan lembaga yang dibentuk dari keinginan masyarakat yang ingin terlibat dalam melakukan pengembangan masyarakat eks lokalisasi Dolly dengan konsep pemberdayaan ekonomi. Pendekatan komunikasi pembangunan dibutuhkan GMH sebagai strategi untuk merealisasikan keberhasilan program bidang ekonomi pada warga terdampak sebagai sasaran pembangunan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan beserta peranan Gerakan Melukis Harapan dalam tahapan pemberdayaan ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasilnya menunjukkan bahwa sasaran kegiatan ditujukan bagi warga yang pro dan menggandeng tokoh masyarakat sebagai *opinion leaders* dalam menyampaikan pesan perubahan. Peran GMH dimulai dari merencanakan, mendesain, mengkonsep, dan mengevaluasi kegiatan pemberdayaan. Konsep bisnis sosial diterapkan GMH bagi warga binaan berupa Eduwisata Dolly melalui *branding* kampung tematik dan produksi oleh-oleh. GMH memberikan pendampingan, pelatihan, hingga bantuan pemasaran produk dalam pengembangan UKM Samijali, UKM Orummy, dan UKM Tempe Bang Jarwo.

Kata kunci : Peran Publik; Komunikasi Pembangunan; Gerakan Melukis Harapan; Pemberdayaan Masyarakat; *Branding* Kampung; Bisnis Sosial

Abstract

Gerakan Melukis Harapan (GMH) Foundation is an institution formed from the wishes of the people who want to be involved in developing the former Dolly localization community with the concept of economic empowerment. The development communication approach is needed by GMH as a strategy to realize the success of economic programs in affected citizens as development targets. This study aims to understand the development communication strategies carried out along with the role of the Gerakan Melukis Harapan in the stages of economic empowerment. This study uses a qualitative approach with a case study method. The data collection technique of this study uses observation, interviews, documentation, and literature. The results show that the target of the activity is intended for pro citizens and cooperates with community leaders as opinion leaders in conveying the message of change. The role of GMH starts from planning, designing, conceptualizing, and evaluating empowerment activities. The concept of social business is applied by GMH for assisted citizens in the form of Eduwisata Dolly through the branding of thematic villages and the production of souvenirs. GMH provided assistance, training, to product marketing assistance in the development of Samijali UKM, Orummy UKM, and Tempe Bang Jarwo UKM.

Keywords: Public Role; Development Communication; Gerakan Melukis Harapan; Community Empowerment; Branding Kampung, Social Bussiness

PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan suatu upaya berkelanjutan dengan tujuan memperbaiki kesejahteraan dan kualitas diri setiap individu maupun masyarakat luas yang belum baik atau memperbaiki kehidupan yang sudah baik menjadi lebih baik lagi (Mardikanto dan Soebiato, 2017:2). Dalam proses pembangunan dibutuhkan partisipasi dari seluruh lapisan masyarakat mulai pengambilan keputusan, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, hingga manfaat dari hasil pembangunan itu sendiri. Eksistensi pembangunan sering diidentikan dari hasil kebijakan yang diputuskan oleh pemerintah akibat timbulnya permasalahan pada suatu wilayah tertentu.

Pembangunan bukanlah kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk masyarakatnya, melainkan kegiatan yang dilaksanakan pemerintah bersama-sama seluruh lapisan masyarakat. Peran dan dukungan dari masyarakat luas atau publik dibutuhkan untuk mewujudkan keberhasilan dari perubahan yang dikehendaki. Tidak mudah menumbuhkan dan menggerakkan partisipasi dari masyarakat luas. Dibutuhkan pendekatan komunikasi pembangunan untuk mengembangkan masyarakat yang dimulai dari tingkat bawah pada pembangunan secara partisipatif. Effendi (1997:9) mengemukakan bahwa komunikasi pembangunan adalah proses penyebaran pesan oleh seseorang atau kelompok orang kepada sasaran pembangunan guna mengubah pola pikir dan sikap perilakunya dalam rangka meningkatkan produktifitas dari kegiatan ekonomi.

Komunikasi pembangunan yang diterapkan pada setiap wilayah atau komunitas dapat sangat beragam, tergantung pada latar belakang masing-masing masyarakat, dan keadaan lingkungan alam dan sosial setempat. Artinya, strategi komunikasi pembangunan yang baik dapat saja ditolak atau bahkan terabaikan oleh masyarakat pada sasaran wilayah tertentu karena tidak disukai atau tidak sesuai dengan yang diharapkan. Harun (2011:183) mengemukakan suatu usaha perubahan sosial yang berencana tentu ada yang memprakarsainya, dimulai sejak menyusun rencana hingga

mempelopori pelaksanaannya. Salah satunya adalah kebijakan penutupan lokalisasi Dolly dan Jarak yang dilakukan oleh Walikota Surabaya Tri Rismaharini pada 18 Juni 2014. Padahal kondisi perekonomian warga sekitar dapat dikatakan bergairah dengan keberadaan bisnis prostitusi di wilayah tersebut.

Terjadinya penutupan membuat permasalahan krusial yang menyebabkan warga terdampak kehilangan potensi pendapatan utama. Isu ekonomi tersebut mampu memecah masyarakat menjadi dua golongan yaitu warga yang pro dan warga yang kontra dalam menanggapi kebijakan penutupan. Permasalahan ekonomi yang dialami warga eks lokalisasi Dolly mendatangkan reaksi dan respon beragam dari masyarakat di luar wilayah eks lokalisasi. Salah satunya muncul gerakan dari gabungan pemuda dan mahasiswa Kota Surabaya yang tergabung dalam Gerakan Melukis Harapan (GMH). Dapat dikatakan jika GMH lahir dari kelompok masyarakat tingkat perguruan tinggi yang ingin mengambil peran dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh warga eks lokalisasi Dolly.

GMH merupakan bagian dari kelompok masyarakat yang menginisiasi adanya kegiatan pengembangan masyarakat melalui pemberdayaan program bidang ekonomi. Zubaedi (2013:4) *community development* atau pengembangan masyarakat adalah bagian dari usaha pembangunan yang dilakukan dengan mengembangkan dan membantu mewujudkan kondisi masyarakat menjadi lebih baik dengan tindakan berkelanjutan untuk memberi akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, kondisi ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik dari kegiatan pembangunan sebelumnya.

Gagasan besar yang ingin diwujudkan GMH adalah menjadikan wilayah eks lokalisasi Dolly sebagai destinasi wisata yaitu "Kampung Eduwisata Dolly". GMH berkolaborasi bersama warga terdampak yang memiliki niat untuk berubah melalui konsep *branding* kampung dan membangun sumber perekonomian baru melalui kampung UKM. Kini di Putat Jaya melahirkan tiga

PERAN PUBLIK DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN (STUDI KASUS YAYASAN GERAKAN MELUKIS HARAPAN DALAM PEMBERDAYAAN WARGA KAMPUNG EKS LOKALISASI DOLLY DI SURABAYA)

ikon kampung tematik di antaranya, Kampung Samijali (Samiler Jarak Dollie) di gang IV A, Kampung Orummy (Olahan Minuman Rumput Laut Alami) di gang III A, dan Kampung Tempe (Bang Jarwo) di Jalan Jarak Gang Tembusan, Putat Jaya Timur.

Sebagai sasaran program pemberdayaan tidak mudah merubah pola pikir dan sikap masyarakat eks lokalisasi agar tidak lagi menggantungkan perekonomiannya pada lingkup bisnis prostitusi. Dalam proses pengembangan masyarakat, GMH membutuhkan upaya pendekatan untuk melibatkan warga dalam kegiatan. Untuk membangun interaksi antara GMH dengan masyarakat setempat, komunikasi pembangunan dianggap sebagai strategi yang dapat digunakan dalam melakukan pendekatan kepada warga yang pro maupun warga yang kontra akan kedatangan GMH.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek dengan analisis yang belum digunakan. Suksesnya komunikasi pembangunan karena pesan perubahan sampai ke masyarakat belum digunakan. Pada penelitian sebelumnya "Peran LSM Kusuma Buana Dalam Pendampingan PSK di Desa Bongas, Indramayu, Jawa Barat" oleh Erlyin Nurdiansyah pada tahun 2013 analisis dilakukan menggunakan teori pendidikan sosiologi. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa pendampingan merupakan upaya yang digunakan untuk mengentaskan para PSK dari lingkaran bisnis prostitusi.

Rumusan masalah dari latar belakang tersebut adalah bagaimana peran Yayasan Gerakan Melukis Harapan dalam pemberdayaan warga eks lokalisasi Dolly di Surabaya dalam perspektif komunikasi pembangunan. Dengan tujuan penelitian untuk memahami komunikasi pembangunan yang dilakukan beserta peranan Yayasan Gerakan Melukis Harapan dalam melakukan pemberdayaan ekonomi.

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah metode studi kasus. Mulyana (2010:202) mengungkapkan bahwa Studi kasus digunakan peneliti untuk melihat fenomena yang unik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan perubahan sosial yang terencana, upaya yang terjadi tidak dapat terpisahkan dengan adanya proses komunikasi dan pertukaran informasi. Termasuk proses komunikasi pembangunan yang terjadi antara GMH dengan warga kampung eks lokalisasi Dolly di Kelurahan Putat Jaya. Pro dan kontra mengiringi kedatangan GMH, bagi warga yang pro mendukung kedatangan GMH sedangkan warga yang kontra menunjukkan sikap penolakan dan tidak suka yang mengarah pada perilaku komunikasi non verbal. Melalui penerapan bisnis sosial berupa Eduwisata Dolly dengan strategi *branding* kampung tematik disertai pengembangan produk oleh-oleh berhasil mematahkan pola pikir negatif warga yang kontra dengan menunjukkan hasil usaha warga binaan.

Terbukanya peluang pekerjaan dan pendapatan baru di kampung perlahan merubah pola pikir negatif pihak yang kontra dan membentuk kesadaran diri serta membawa perubahan perilaku bagi warga untuk meningkatkan potensi yang dimiliki. Bidang ekonomi dianggap sebagai *tools* untuk memperbaiki kondisi perekonomian warga terdampak melalui program-program pelatihan, pendampingan, dan pemberdayaan. Strategi yang digunakan GMH untuk melakukan pendekatan dengan warga setempat salah satunya adalah dengan menggandeng tokoh masyarakat sebagai *opinion leader*. Salah satu tokoh masyarakat yang dijadikan sebagai *opinion leader* adalah Ketua RT yang pro penutupan. Pengaktifan Ketua RT sebagai pemimpin opini yaitu dengan meminta bantuan mereka dalam mengkomunikasikan pesan-pesan perubahan.

Ketua RT membantu dalam membuka akses agar terjalannya interaksi dan komunikasi antara pihak GMH dengan warganya. Peran Ketua RT sebagai tokoh masyarakat memiliki andil dalam menentukan kelompok kerja dari warga kampung yang akan menjadi binaan GMH. Pengaktifan dari peran inisiator yang berasal dari tokoh masyarakat setempat sangat sesuai apabila diterapkan di wilayah yang memiliki masyarakat dengan partisipasi rendah. Khususnya pada warga eks lokalisasi Dolly, sebab tidak semua warga memiliki niat untuk melibatkan diri pada kegiatan pemberdayaan yang diinisiasi Ketua RT kampungnya dan GMH. Selain disebabkan oleh *habbit* mendapatkan uang dengan cara yang mudah

ketika aktifitas lokalisasi masih buka, juga karena rendahnya kesadaran warga untuk melihat potensi sumber mata pencaharian baru yang lebih halal.

Pesan khusus (*tailored messages*) dipersiapkan GMH dalam menyampaikan pesan perubahan kepada warga yang akan dibina, bahwa peluang potensi pendapatan dengan cara yang lebih baik akan terbuka dan ketika perubahan citra Dolly yang lebih positif berhasil dilakukan maka dengan sendirinya akan mendatangkan kepedulian dari masyarakat luas kepada warga eks lokalisasi. Secara spesifik sasaran kegiatan GMH yaitu warga yang pro akan penutupan. Pesan perubahan disampaikan melalui strategi desain intruksional. Di mana pesan ditransformasikan menjadi kegiatan yang difokuskan pada pengembangan keterampilan seperti penawaran beragam pelatihan warga binaan.

Dalam pelaksanaan kegiatan, GMH melibatkan peran Ketua RT sebagai pembina UKM dan warga binaan menentukan sendiri produk apa yang akan dipilih dan dijadikan produk oleh-oleh unggulan kampungnya. Kampung UKM Samijali merupakan *pilot project* kampung binaan percontohan bagi kampung lain. Bagi warga binaan yang merasakan manfaat atas pendampingan GMH, perlahan membuat pola pikir mereka berubah. Salah satunya dengan menginspirasi warga kampung eks lokalisasi Dolly lainnya yang belum berdaya menjadi termotivasi untuk ikut memberdayakan kampung dan perekonomiannya. Melalui inovasi dan kreatifitas menjadikan kampung-kampung binaan GMH sebagai kampung 3D dengan cat warna-warni dan beragam gambar mural yang diterapkan di dinding rumah warga setempat.

Goresan gambar mural dan warna merupakan simbol dan pesan yang ingin disampaikan warga kepada masyarakat luas bahwa wilayahnya sedang berproses dan warga mulai bangkit dari keterpurukan permasalahan ekonomi dengan beragam usaha pemberdayaan yang dilakukan. Dalam memperbaiki perekonomian warga binaan, GMH memiliki strategi pendekatan yang dilakukan melalui program-program pelatihan, pendampingan, hingga pemasaran hasil produk. Sumber daya manusia yang terampil dengan kemauan untuk mempelajari hal-hal baru yang mendukung proses pengembangan usaha yang lebih menjanjikan. Pendampingan yang diberikan GMH berorientasi pada kebutuhan dan manfaat yang

didapatkan warga melalui pengembangan usaha produk oleh-oleh.

Selain sebagai pendamping, GMH berperan sebagai penasehat kelompok yaitu dengan memberikan beragam masukan dan saran yang diperlukan kelompok usaha ketika menghadapi masalah. Pelatihan dan pendampingan sebagai media sosialisasi yang dijadikan strategi kedekatan antara GMH dengan warga binaan melalui upaya komunikasi yang efektif. Peran publik melalui pihak akademisi juga diperlukan sebagai upaya dalam membantu warga binaan dalam mengembangkan produk agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Salah satunya melalui program *technopreneur* milik ITS. Kegiatan yang tidak hanya melatih *skill* kewirausahaan mahasiswa, melainkan juga memberikan pemahaman tentang nilai sosial dalam mendukung usaha warga eks lokalisasi untuk bangkit dan berdaya secara ekonomi. Sebagai *link person* GMH memiliki strategi marketing sosial dalam membantu pemasaran produk warga.

GMH memanfaatkan peran media sosial untuk membantu warga binaan dalam mempromosikan produk UKM di Dolly agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan menarik perhatian wisatawan untuk datang berkunjung. Keterampilan komunikatif warga binaan yaitu keterampilan berbicara didapat ketika warga mengikuti beragam pameran ataupun sebagai narasumber yang diperoleh *by accident*. Lahirnya Kampung Eduwisata Harapan Dolly mendorong berkembangnya usaha yang mampu menjadi tambahan pendapatan bagi warga meskipun belum menjadi potensi pendapatan yang utama.

Selain itu, kebanggaan tersendiri juga dirasakan warga binaan karena kampung mereka semakin dikenal masyarakat luas dengan memiliki produk yang dapat menghasilkan manfaat, di mana warganya mampu mandiri, berdaya, dan mulai bangkit secara ekonomi. Namun, hal tersebut tidak didukung dengan peran tokoh masyarakat yang masih kontra dengan konsep *branding* kampung milik GMH. terjadinya konflik horizontal antara warga binaan khususnya UKM Samijali belum mampu diselesaikan GMH. Dengan berprosesnya pemandirian masyarakat membuat intensitas pendampingan GMH kepada warga menjadi berkurang. Namun hal tersebut tidak mematahkan semangat warga binaan. Warga menyadari bahwa

PERAN PUBLIK DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN (STUDI KASUS YAYASAN GERAKAN MELUKIS HARAPAN DALAM PEMBERDAYAAN WARGA KAMPUNG EKS LOKALISASI DOLLY DI SURABAYA)

tidak selamanya mereka menggantungkan diri pada pendampingan yang diberikan GMH. Selain itu, permasalahan juga terletak pada kebutuhan dana yang cukup besar untuk melakukan pengembangan usaha Samijali dan Orummy untuk kedepannya.

PENUTUP

Simpulan

GMH sebagai fasilitator atau pihak yang menginisiasi konsep program pemberdayaan ekonomi, membutuhkan strategi pendekatan untuk mampu menggerakkan partisipasi warga yang menjadi sasaran pembangunan. Salah satunya melalui strategi komunikasi pembangunan. Komunikasi pembangunan memiliki manfaat dalam mempengaruhi sikap dan pola pikir warga yang sebelumnya kontra menjadi berubah pikiran untuk menjadi warga binaan GMH. Dalam pelaksanaan kegiatan GMH selalu melibatkan warga binaan dalam mengambil keputusan. Strategi lain yang diterapkan GMH dalam mempengaruhi masyarakat adalah dengan menggandeng tokoh masyarakat seperti Ketua RT sebagai *opinion leader*.

Peran Ketua RT tidak hanya menggerakkan warganya untuk berpartisipasi dalam kegiatan melalui penyebaran pesan persuasif kepada warganya. Melainkan juga menginisiasi adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat di wilayah kampungnya. Pihak Ketua RT menyadari bahwa jika upaya menggerakkan kegiatan tidak dimulai dari inisiatifnya sendiri, maka kegiatan pemberdayaan berkelanjutan tidak akan terlaksana. GMH berusaha menyampaikan pesan perubahan dengan wujud nyata melalui konsep kampung tematik yang dilaksanakan terlebih dahulu pada Kampung Samijali. Hal tersebut merupakan upaya GMH dalam membantu menyelesaikan masalah dengan efek keberlanjutan pada warga binaan.

Pendampingan UKM diawali dengan pelatihan, pendampingan, bantuan pemasaran, monitoring hingga evaluasi. Konsep Eduwisata Dolly dengan *branding* kampung tematik dan produksi oleh-oleh dipilih GMH untuk menumbuhkan ekonomi kreatif di wilayah eks lokalisasi. Hambatan yang dialami UKM Samijali dalam pelaksanaan adalah adanya konflik horizontal dengan Ketua RT setempat. Sedangkan hambatan yang dialami GMH selain pada berkurangnya intensitas pendampingan juga karena kebutuhan biaya pendanaan bagi

pengembangan produk. Hingga saat ini hambatan-hambatan kelompok usaha belum mampu dipecahkan GMH. Pemandirian masyarakat yang dilakukan GMH terhadap warga binaan berhubungan dengan permasalahan internal yayasan yaitu modal dana dan sumber daya manusia yang terbatas bukan karena keberhasilan program bidang ekonomi.

Ketika semua lapisan masyarakat tergerak untuk bersinergi dalam mendukung kegiatan pengembangan masyarakat, secara tidak langsung nama dan keberadaan wilayah pun akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Hal tersebut dapat membantu memperbaiki persepsi publik terhadap warga yang tinggal di wilayah eks lokalisasi Dolly.

Saran

Perubahan pendampingan menjadi pemandirian masyarakat disarankan untuk selalu melihat kondisi warga binaan serta melakukan evaluasi yang mendalam. Tidak bisa hanya diputuskan sepihak tanpa melibatkan warga binaan dalam mengidentifikasi permasalahan dan mencari solusinya secara bersama-sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, O. U. (1997). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Harun, R. (2011). *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurdiansyah, Erlyln. (2012). *Peran LSM Kusuma Buana Dalam Pendampingan PSK di Desa Bongas, Indramayu, Jawa Barat*. DIMENSIA. Volume 6, No. 1.
- Mardikanto, T. S. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.