

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA BLITAR DALAM PROGRAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
(Studi Kasus Program Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Karang Sari Kota Blitar Melalui
Agrowisata Kampung Belimbing)**

Yoanindha Adhena Shinta

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya.

yoanindhashinta@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Di kota Blitar, terdapat daerah yang memiliki potensi kampung agrowisata yaitu “agrowisata kampung belimbing” yang terletak di kelurahan Karang Sari dan sudah diperkenalkan sejak 2003. Dulu masyarakat menganggap bahwa hasil dari komoditas belimbing tidak dapat memenuhi kebutuhan mereka, hal ini kemudian mendorong pemerintah melakukan pemberdayaan masyarakat. Kini kampung agrowisata belimbing Karang Sari memiliki ≥ 35.000 pohon belimbing dengan hasil panen 5.600 ton buah per-tahun. Masyarakat juga membuat produk olahan belimbing dan telah beromzet Rp 22,4 miliar per-tahun. Belimbing Karang Sari sekarang telah berkembang menjadi maskot kota Blitar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemerintah kota Blitar dalam program pemberdayaan masyarakat di kelurahan Karang Sari melalui agrowisata kampung belimbing. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan analisis studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan pemerintah kota Blitar dilakukan melalui jalur dinas-dinas yang memiliki tugas dan fungsi pokok masing-masing. Diantaranya : Dinas Pariwisata dengan strategi komunikasi melalui promosi pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM dengan melakukan sosialisasi secara prosedural mengenai produk olahan blimbing dari proses produksi hingga teknik pemasaran, Dinas Pertanian dengan memberikan pelatihan pertanian serta pupuk bersubsidi sebagai pendukung produktifitas tanaman belimbing, serta Dinas Perdagangan yang memberikan penyuluhan terkait manajemen produk termasuk legalitas usaha dan proses perizinan usaha.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Agrowisata, Pemberdayaan Masyarakat

Abstract

In Blitar city, one area that have the potential of agro-tourism villages, namely "tourism in starfruit villages" in Karang Sari Village and have been introduced since 2003. In the past, the community considered the results of starfruit commodities couldn't meet their needs, this encouraged the government to empower the community. Now, Karang Sari starfruit agro-tourism village has $\geq 35,000$ star fruit trees with yields of 5,600 tons per year. The community also makes star fruit processed products and has a turnover of Rp. 22.4 billion per year. Karang Sari Starfruit has now developed into the mascot of Blitar City. The purpose of this research was to study how the communication strategy of the Blitar city government in community empowerment programs in the Karang Sari village through agro-tourism in the star fruit village. As the research method used is qualitative descriptive and case study analysis. The results of the research show that the communication strategies used by the Blitar city government are carried out through Department official services that have their main duties and functions. Among them are : the Department Tourism Office with a communication strategy through tourism promotion, the Department Cooperative and UMKM Service by conducting procedural related information about star fruit processed products from production process until marketing techniques, the Department Agriculture by providing agricultural training and fertilizer subsidized to support the promotion of starfruit plants, as well as the Department Trade Service provide counseling about management of related products including business legality and business licensing process.

Keywords: Communication Strategies, Agrotourism, Community Empowerment

PENDAHULUAN

Pada dasarnya pembangunan memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah telah memusatkan perhatiannya pada peningkatan lapangan kerja dan kesempatan kerja di pedesaan sesuai dengan potensi yang dimiliki daerah masing-masing dalam pembangunan usaha rakyat. Adanya industri kecil di pedesaan dianggap mampu memberikan andil yang besar dalam mengurangi pengangguran dan laju penduduk untuk berpindah ke kota. Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses dimana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. Pemberdayaan masyarakat hanya bisa terjadi apabila warganya ikut berpartisipasi. Sebuah usaha dalam pemberdayaan akan berhasil jika dinilai sebagai pemberdayaan masyarakat apabila kelompok komunitas atau masyarakat tersebut menjadi aktor pembangunan atau dikenal sebagai subjek.

Salah satu program pemberdayaan pemerintah adalah memberdayakan masyarakat melalui potensi yang ada disekitarnya. Dalam pelaksanaan program pemberdayaan diperlukan program pendukung lainnya, seperti program pendamping desa, program strategi pengentasan desa tertinggal menjadi berkembang dan desa berkembang menjadi mandiri dan program pemberdayaan Koperasi. Terkait dengan program pendamping desa, program harus meliputi optimalisasi pendampingan desa dengan melibatkan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di tingkat Kecamatan, Kabupaten, dan Provinsi serta Kementerian dan Lembaga (K/L).

Di kota Blitar, pemberdayaan masyarakat dilakukan pada daerah yang memiliki potensi. Khususnya di kota Blitar, sekarang sedang gencarnya pemberdayaan yaitu berupa kampung agrowisata yang mengangkat tema wisata edukasi alam. Salah satunya adalah “agrowisata kampung belimbing” yang didirikan tahun 2008 dan terletak di Jl. Belimbing No.27 kelurahan Karangsari kecamatan Sukorejo kota Blitar. Mulai diperkenalkan sejak tahun 2003, tetapi dahulunya kawasan ini merupakan kawasan yang kurang berkembang, banyaknya pengangguran serta tingkat kriminalitas yang cukup tinggi. Masyarakat menganggap bahwa potensi dan hasil dari komoditas belimbing ini tidak dapat memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini yang mendorong pemerintah untuk melakukan pemberdayaan kepada warga sekitar. Dengan pengembangan pariwisata dan pemberdayaan berbasis masyarakat, peran serta masyarakat secara langsung pada pembangunan dan pemberdayaan pariwisata akan tampak lebih nyata, mulai dari perencanaan strategi, pelaksanaan dan evaluasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemerintah kota Blitar dalam program pemberdayaan masyarakat di kelurahan

Karangsari dengan melalui komoditas belimbing. Dalam penelitian ini strategi komunikasi diperlukan terkait dengan tujuan dari pemberdayaan masyarakat, yaitu untuk mengubah perilaku dalam artian mengubah perilaku masyarakat dari yang tidak mampu menjadi mampu yang kaitannya dengan ranah komunikasi. Agrowisata kampung belimbing menarik untuk diteliti karena objek wisata ini adalah satu-satunya agrowisata yang mengangkat kampung dengan komoditas buah belimbing di kota Blitar dan merupakan sebuah program pemberdayaan yang berhasil dilakukan oleh pemerintah kota Blitar untuk mengembangkan hasil alam di kota Blitar khususnya kawasan Kelurahan Karangsari.

METODE

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dan analisis studi kasus untuk mendeskripsikan sebuah bentuk pemberdayaan masyarakat melalui program Agrowisata kampung belimbing di kelurahan Karangsari, kota Blitar. Dalam menggunakan pendekatan studi kasus ini, penelitian berfokus pada satu masalah, guna mendapatkan hasil penelitian secara mendalam sehingga hasil penelitian yang diharapkan tercapai. Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaannya dalam suatu penelitian berkaitan dengan *how* atau *why*, apabila peneliti hanya mempunyai sedikit peluang untuk mengontrol kejadian yang akan diteliti, dan jika fokus penelitian terdapat pada fenomena masa kini dan di dalam kehidupan nyata (Yin, 2013:1). Data - data yang mendukung penelitian diperoleh melalui wawancara dan survey di lapangan.

Terdapat dua cara untuk memperoleh informan yaitu *snowball sampling* dan *key person* (Bungin, 2010:77). Dalam penelitian ini, teknik penentuan informan menggunakan teknik *key person*, karena peneliti sudah memahami informasi dari awal tentang objek penelitian atau informan penelitian, sehingga *key person* untuk mengawali dalam melakukan wawancara atau penelitian. Informan dari penelitian ini berasal dari empat kedinan, yaitu: dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian, Dinas Perdagangan dan Industri, dan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Blitar. Selain itu data juga dapat diperoleh dari masyarakat yang diberi wewenang dalam mengelola tempat wisata kampung belimbing yang ada di kota Blitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelurahan Karangsari kota Blitar merupakan penghasil belimbing terbesar dengan jumlah 28 ribu batang pohon dengan hasil panen 5600 ton buah per tahun, bermula pada 1985 dengan mewajibkan seluruh warganya yang berjumlah 1100 kepala keluarga untuk menanam pohon ini di halaman rumah dan saat ini telah beromzet Rp 22,4 miliar per tahun (Dinas Pertanian, 2009). Pemasaran buah belimbing Karangsari juga telah menyeluruh di Surabaya

dan Jakarta oleh supplier swalayan besar maupun pasar-pasar tradisional di Jawa Timur. Di musim panen raya maka produksi belimbing cenderung melimpah sehingga masyarakat dan anggota Kelompok Tani Margo Mulyo mengolah buah belimbing menjadi dodol, sari buah, manisan, sirup dan keripik belimbing.

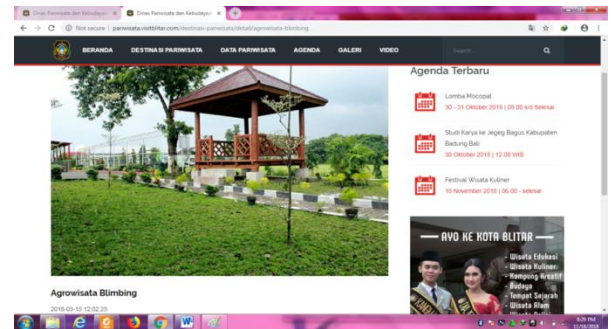


Keberhasilan ini merupakan hasil dari kesuksesan program pemerintah kota Blitar yang telah melakukan strategi komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat kelurahan Karangsari. Adapun tiga tahap strategi komunikasi yang digunakan yaitu perencanaan strategi, pelaksanaan dan evaluasi program.

Perencanaan strategi komunikasi, dilakukan dengan keterlibatan dinas-dinas Pemkot Blitar yang berupaya semaksimal mungkin memberikan nilai lebih dalam mengembangkan potensi yang telah dimiliki kelurahan Karangsari. Adanya tanaman buah belimbing yang melimpah dapat menjadi ikon sekaligus potensi ekonomi yang patut dikembangkan dengan konsep pemberdayaan melalui konsep kampung wisata. Masing-masing dinas mengerjakan perencanaan strategi sesuai bidang tugas masing-masing mengingat strategi pemberdayaan yang baik adalah harus melibatkan beberapa aspek dan membutuhkan kerja sama dinas terkait sesuai dengan kewenangan dan bidang kerja dinas tersebut maka tidak mengherankan jika beberapa dinas yang ada di Pemkot Blitar terlibat dalam proses pemberdayaan di kelurahan Karangsari ini seperti Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian, Dinas Koperasi & UMKM, serta Dinas Perdagangan dan Perindustrian kota Blitar.

Dinas Pariwisata kota Blitar memiliki peran untuk mempromosikan pada sisi pariwisata, menarik kunjungan wisatawan baik dari kota Blitar ataupun wisatawan dari luar kota Blitar. Pihak pemerintah kota, melalui Dinas Pariwisata mengalokasikan dana untuk menunjang aktivitas promosi kampung wisata belimbing kelurahan Karangsari. Adanya segmentasi pasar para pengunjung di Agrowisata Kampung Belimbing kelurahan Karangsari dapat menjadikan sarana promosi yang digunakan juga beragam. Pendekatan pameran digunakan apabila pihak pemkot mendapatkan undangan *event* kegiatan baik didalam ataupun di luar kota Blitar. Model promosi ini juga cukup efektif memperkenalkan potensi wisata petik buah belimbing dalam *event-event*

tingkat propinsi ataupun tingkat nasional. Selanjutnya Dinas Pariwisata juga membuat website visitblitar.com, hal ini merupakan salah satu cara yang ditempuh untuk mempromosikan potensi wisata kota Blitar yang mampu menjangkau lebih luas masyarakat di luar di kota Blitar.



Masyarakat lokal dalam kota juga diajak untuk berwisata yang dekat dengan rumah dan memiliki sarana edukasi yang baik untuk anak-anak. Strategi lain yang juga ditempuh dalam mempromosikan agrowisata kampung belimbing dan olahan dari belimbing kelurahan Karangsari melalui promosi bahan cetak seperti brosur dan majalah serta melalui radio.

Dinas lain yang ikut berpartisipasi melakukan pemberdayaan masyarakat adalah Dinas Koperasi dan UMKM yang berfokus pada sisi usaha mikro. Bertugas memberdayakan masyarakat dalam mengelola buah belimbing menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomi, memberi fasilitas dalam permodalan dengan memberikan rekomendasi. Tujuannya tentu untuk memberikan nilai tambah pada buah belimbing, menjual langsung dalam bentuk buah tentu sudah bagus karena kualitas buah belimbing yang bagus, besar dan memiliki rasa manis namun menjual dalam bentuk produk olahan tentu akan memberikan keuntungan ekonomis selain untuk menjaga penurunan nilai buah jika terjadi panen bersamaan yang menyebabkan harga buah belimbing jatuh. Permodalan rupanya menjadi masalah klasik para pelaku UMKM termasuk pelaku usaha mikro yang ada di Kelurahan Karangsari. Namun adanya pendampingan dan rekomendasi dari dinas diakui pelaku usaha bahwa semakin mudah untuk mendapatkan modal usaha. Menurut data yang tercatat Dinas Pertanian, produksi buah belimbing di kelurahan Karangsari mampu menembus angka 1.144.800 ton dari areal tanam seluas 32.688 hektar (Dinas Pertanian, 2013). Jumlah yang sangat besar sekali dengan potensi ekonomi yang besar pula. Namun tanpa pengolahan lebih lanjut maka buah belimbing pasca panen memiliki umur kesegaran yang terbilang singkat. Sangat penting mengolah buah belimbing menjadi produk turunan yang secara ekonomi memberikan nilai tambah, secara ketahanan produk memang produk olahan lebih tahan lama dibandingkan hanya dijual dalam bentuk buah. Selain promosi melalui pameran, *leaflet*, *booklet* dan media sejenis pihak Dinas Koperasi juga mempromosikan melalui

media elektronik, media online juga digarap untuk menunjang promosi yang lebih luas jangkauannya.

Dinas Pertanian memiliki strategi tersendiri dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat di kelurahan Karang Sari, alur yang dilalui dalam pengajuan proses pemberdayaan dimulai dari kepala dinas sampai dengan tingkat kecamatan dilanjutkan ke kelurahan hingga sampai ke masyarakat sebagai target penyampaian pesan. Sosialisasi sekaligus pelatihan juga dilakukan. Bantuan pupuk juga diberikan dengan memberikan subsidi bagi para petani di kelurahan Karang Sari baik bagi petani yang menanam belimbing. Secara keseluruhan pada tahun 2018 tercatat ada 81 petani yang mendapatkan jatah subsidi pupuk dari pemerintah dengan luas lahan sebesar 16,14 hektar dan memberikan subsidi pupuk. Strategi komunikasi Dinas Pertanian berfokus pada pemberdayaan pengolahan tanaman belimbing, target pemberdayaan yang dilakukan dikhususkan kepada warga (petani) diluar kelompok tani agrowisata yang sudah terbentuk.

Stakeholder lain yang ikut memberdayakan masyarakat adalah Dinas Perdagangan dan Perindustrian. Yang berfokus pada komponen pendukung agrowisata kampung belimbing. Komponen pendukung tersebut seperti pada produk-produk hasil olahan dan produk hasil kerajinan yang ada di kelurahan Karang Sari. Adanya usaha industri rumahan perlu mendapatkan dukungan Pemkot Blitar, mengingat potensi agrowisata belimbing yang dimiliki harus mampu membawa manfaat bagi masyarakat lokal. Pihak Dinas Perdagangan dan Perindustrian melakukan pengelompokan usaha yang memiliki kesamaan dengan maksud mempermudah dalam melakukan pembinaan mengenai produk yang dihasilkan industri kecil, juga membantu mempromosikan produk yang dihasilkan tersebut.

Pelaksanaan strategi komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat ini membutuhkan pelibatan banyak dinas pemerintahan, hal tersebut terkait dengan tugas pokok masing-masing dinas yang masih memiliki relevansi tugas melakukan pemberdayaan pada masing-masing sisi baik itu penyuluhan, pelatihan maupun pendampingan masyarakat. Untuk selanjutnya dilakukan evaluasi dari program yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini untuk melihat efektifitas program dengan mengukur hasil sehingga didapatkan model yang relevan ataupun memperbaiki program pemberdayaan yang tidak sesuai dengan tujuan awal. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat hanya dapat diukur manakala adanya perubahan perilaku pasca diberikan pelatihan program pemberdayaan. Ukuran yang paling relevan adalah kesadaran diri masyarakat untuk mengembangkan potensi yang telah diajarkan dalam program pemberdayaan.

PENUTUP

Simpulan

Agrowisata kampung belimbing memiliki potensi pengembangan ekonomi yang berdampak multidimensi bagi masyarakat khususnya di kelurahan Karang Sari sehingga diperlukan strategi komunikasi yang tepat untuk melaksanakan proses pemberdayaan masyarakat. Strategi komunikasi yang digunakan pemerintah kota Blitar di kelurahan Karang Sari melalui jalur dinas-dinas yang memiliki tugas dan fungsi pokok pemberdayaan masyarakat seperti Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Pertanian, dan Dinas Perdagangan terbagi dalam tiga strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi program. Program pemberdayaan masyarakat kelurahan Karang Sari melalui agrowisata kampung belimbing ini berhasil meningkatkan pengembangan ekonomi masyarakat.

Saran

Proses pemberdayaan membutuhkan proses berkelanjutan yang memerlukan waktu panjang serta program yang sesuai dengan kebutuhan dasar masyarakat yang menjadi subyek pemberdayaan, sejauh temuan data penelitian nampaknya beberapa kebijakan pemberdayaan yang dilakukan beberapa dinas memiliki program yang hampir serupa, Maka diperlukan program secara efisien dan memiliki skala *powerfull* dalam membuat daya ungkit promosi yang menasar pada agrowisata kampung belimbing.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Prastowo. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Prespektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta, Kencana, hal.91
- Baswarsiaty, Suyanto, W, Istuti, Harwanto. 2004, Laporan Pelepasan Varietas Unggul Belimbing Karang Sari. Surabaya : Dinas Pertanian Jatim
- BPS. 2018. Kota Blitar dalam Angka. Blitar: Badan Pusat Statistik.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta : Raja Grafindo.
- Eko, Sutoro. 2002. *Pemberdayaan Masyarakat Desa, Materi diklat Peremberdayaan Masyarakat Desa*, yang diselenggarakan Badan Diklat Provinsi Kaltim, Samarinda : Desember 2002.
- Nasution, Z. 1996. *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suparjan & Himpri Suyatno.(2003). *Pengembangan Masyarakat dari pembangunan Sampai Pemberdayaan*. Yogyakarta: Aditya Media.