

STRATEGI KOMUNIKASI APARAT DESA DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT: PEMBINAAN USAHA EKONOMI PRODUKTIF DI DESA CINANGKA, CIAMPEA

Village Officials' Communication Strategy for Community Empowerment: Productive Economic Enterprise Development in Cinangka Village, Ciampea

Daden Fikruzzaman

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam, Bogor

Abstract: *This study examines the communication strategy of village officials in developing productive economic enterprises in Cinangka Village, Ciampea District, Bogor Regency. It uses a qualitative descriptive approach with interviews, observation, document review, and componential analysis. Informants included the village head, village officials, the Village Consultative Body, and community members, although the source does not report their number. The empowerment program focused on culinary and handicraft skills through biweekly training, counseling, staged capital support, and the planned development of a shared e-commerce website. The communication strategy relied primarily on face-to-face persuasion initiated through village deliberations. Officials and facilitators adjusted messages to residents' needs, used direct dialogue, received feedback on business constraints, and sought changes in knowledge, attitudes, and participation. The source reports different responses between younger and adult participants, but these differences cannot be generalized because participant characteristics and comparative evidence are insufficiently documented. The program demonstrates the value of participatory planning and personal communication, while also revealing the need for transparent participant selection, measurable business outcomes, youth-sensitive facilitation, and clear management of the planned digital marketplace.*

Keywords: Communication strategy; Community empowerment; Productive economic enterprises; Persuasive communication; Village government

Abstrak: Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi aparat desa dalam pembinaan usaha ekonomi produktif di Desa Cinangka, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, telaah dokumen, dan analisis komponensial. Informan mencakup kepala desa, perangkat desa, Badan Permusyawaratan Desa, dan masyarakat, tetapi sumber tidak melaporkan jumlahnya. Program pemberdayaan berfokus pada keterampilan kuliner dan kerajinan melalui pelatihan dua mingguan, penyuluhan, dukungan modal bertahap, serta rencana pengembangan situs perdagangan elektronik bersama. Strategi komunikasi terutama menggunakan persuasi tatap muka yang diawali melalui musyawarah desa. Aparat dan penyuluh menyesuaikan pesan dengan kebutuhan warga, membuka dialog langsung, menerima umpan balik mengenai kendala usaha, dan mendorong perubahan pengetahuan, sikap, serta partisipasi. Sumber melaporkan perbedaan respons antara peserta muda dan dewasa, tetapi perbedaan tersebut tidak dapat digeneralisasikan karena karakteristik partisipan dan bukti pembandingan tidak didokumentasikan secara memadai. Program menunjukkan nilai perencanaan partisipatif dan komunikasi personal sekaligus memperlihatkan kebutuhan akan seleksi peserta yang transparan, ukuran hasil usaha, fasilitasi yang peka terhadap generasi muda, dan pengelolaan yang jelas bagi pasar digital yang direncanakan.

Kata Kunci: Strategi komunikasi; Pemberdayaan masyarakat; Usaha ekonomi produktif; Komunikasi persuasif; Pemerintah desa

1. Pendahuluan

Pemerintah desa memiliki posisi strategis dalam pembangunan karena berhubungan langsung dengan kebutuhan, potensi, dan masalah warga. Selain menjalankan administrasi, pemerintah desa diharapkan memfasilitasi partisipasi, penguatan kapasitas, dan kemandirian ekonomi masyarakat. Pemberdayaan karena itu memerlukan program yang sesuai dengan konteks lokal dan komunikasi yang membangun kepercayaan.

Desa Cinangka berada di Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor. Naskah sumber mencatat 4.065 kepala keluarga dan menyebut wiraswasta sebagai salah satu mata pencaharian utama. Warga memiliki keterampilan kuliner dan kerajinan, tetapi pengembangan usaha menghadapi keterbatasan wawasan kewirausahaan, pemasaran, sarana, dan pengorganisasian.

Pemerintah desa mengembangkan pembinaan usaha ekonomi produktif (UEP) untuk membantu warga membangun sumber pendapatan di luar ketergantungan pada hasil pertanian. Bentuk dukungan mencakup pelatihan, penyuluhan, modal, bahan produksi, dan rencana situs perdagangan elektronik. Agar program diterima dan dijalankan, aparat menggunakan pendekatan komunikasi persuasif.

Penelitian bertujuan menjelaskan strategi komunikasi aparat Desa Cinangka dalam pembinaan UEP, unsur persuasi yang digunakan, respons masyarakat, dan kendala pelaksanaan. Fokusnya bukan hanya pesan, tetapi juga sumber, saluran, umpan balik, efek, serta lingkungan sosial tempat komunikasi berlangsung.

2. Kajian Literatur

2.1. Pemberdayaan Masyarakat Desa

Pemberdayaan merupakan proses memperkuat kemampuan individu dan kelompok agar dapat berpartisipasi, mengendalikan keputusan yang memengaruhi hidupnya, dan memanfaatkan sumber daya secara mandiri. Dalam pembangunan desa, pemberdayaan tidak cukup berupa modal; ia juga memerlukan pengetahuan, keterampilan, organisasi, akses pasar, dan perubahan hubungan yang memungkinkan masyarakat bertindak (Adisasmita, 2011).

UEP menjadi sarana untuk mengembangkan aktivitas ekonomi berdasarkan potensi lokal. Kegiatan dapat berbentuk kuliner, kerajinan, pertanian, peternakan, bengkel, atau industri rumah tangga. Keberhasilannya perlu dilihat dari keberlanjutan usaha, pendapatan, kemampuan pengelolaan, akses pasar, dan kemandirian, bukan hanya jumlah peserta pelatihan.

2.2. Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi menggabungkan perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan. Tahapannya mencakup mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan memilih media. Strategi harus adaptif terhadap situasi, karakter penerima, serta efek yang diharapkan (Effendy, 2015; Suprpto, 2011).

Komunikasi persuasif berupaya membentuk, memperkuat, atau mengubah tanggapan tanpa mengandalkan paksaan. Efektivitas dipengaruhi oleh kredibilitas dan daya tarik sumber, struktur pesan, karakter khalayak, saluran, umpan balik, efek, dan lingkungan. Argumentasi logis, hubungan emosional, dan kredibilitas dapat digunakan secara etis untuk mendorong partisipasi (Maulana & Gumelar, 2013; Soemirat & Suryana, 2008).

2.3. Partisipasi dan Umpan Balik

Musyawarah menyediakan ruang untuk menggali masalah, kebutuhan, dan gagasan warga sebelum program ditetapkan. Komunikasi dua arah memungkinkan aparat menjelaskan kebijakan sekaligus menerima aspirasi. Umpan balik penting karena menunjukkan apakah pesan dipahami, ditolak, atau perlu diperbaiki.

3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan unit analisis Pemerintah Desa Cinangka. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi mengenai komunikasi persuasif serta pelaksanaan pembinaan. Informan mencakup kepala desa, perangkat desa, Badan Permusyawaratan Desa, dan masyarakat sasaran. Data sekunder berasal dari arsip, laporan, monografi desa, dokumen administrasi, dan kepustakaan.

Peneliti menjadi instrumen utama dengan pedoman wawancara terstruktur atau terbuka sesuai kebutuhan. Observasi mencakup kondisi desa, pelayanan masyarakat, hubungan kerja pemerintah dan warga, serta kegiatan program. Analisis komponensial dilakukan dengan menggelar hasil wawancara dan observasi, memilah data, mengelompokkan unsur yang berhubungan atau kontras, lalu menyusun interpretasi.

Sumber tidak mencantumkan jumlah informan pada setiap kelompok, usia dan jenis kelamin peserta, periode penelitian, prosedur persetujuan, validasi data, nilai modal, jumlah penerima, maupun perubahan pendapatan. Keterbatasan tersebut mengurangi kemampuan untuk menilai representativitas dan dampak program. Temuan karena itu diposisikan sebagai deskripsi kasus.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Konteks dan Rancangan Program UEP

Program UEP dimulai melalui musyawarah desa untuk menampung gagasan dan mengidentifikasi kebutuhan masyarakat. Pemerintah desa melihat potensi keterampilan kuliner dan kerajinan tangan, seperti buket, bunga flanel, dan boneka. Pembinaan kemudian diarahkan pada pengembangan produk, keterampilan produksi, kewirausahaan, dan pemasaran.

Pelatihan dilaksanakan setiap dua minggu dan mencakup teknik produksi, efisiensi bahan, kerapian kerajinan, serta pemasaran. Penyuluhan digunakan untuk memperluas wawasan mengenai penjualan melalui media sosial. Dukungan modal diberikan bertahap sesuai perkembangan usaha untuk mengurangi risiko penyalahgunaan dan memastikan kegiatan benar-benar berjalan.

Pemerintah desa juga merencanakan situs perdagangan elektronik yang menghimpun produk warga. Pada saat penelitian, situs belum dipublikasikan karena pengelolanya belum ditetapkan. Temuan ini menunjukkan bahwa penyediaan teknologi harus disertai tata kelola, pembagian tanggung jawab, pemeliharaan konten, transaksi, dan layanan pelanggan.

4.2. Sumber, Pesan, dan Saluran Persuasi

Aparat desa dan penyuluh berperan sebagai sumber pesan. Kedekatan dengan warga memberi modal kredibilitas, tetapi kredibilitas tetap perlu dijaga melalui kompetensi, konsistensi, keterbukaan, dan keadilan dalam pemilihan peserta. Pesan pembinaan memadukan argumentasi mengenai peluang ekonomi, contoh produk, pemecahan masalah, dan dukungan yang tersedia.

Saluran utama adalah komunikasi personal melalui musyawarah, pelatihan, penyuluhan, dan dialog. Tatap muka dipilih karena memungkinkan penjelasan langsung serta respons segera. Media sosial diperkenalkan sebagai sarana

pemasaran, tetapi tidak semua peserta memiliki kemampuan digital yang sama. Karena itu, pendampingan praktis lebih dibutuhkan daripada sekadar anjuran menggunakan media sosial.

Tabel 1: Unsur Komunikasi Persuasif dalam Pembinaan UEP

Unsur	Praktik	Catatan evaluatif
Sumber	Aparat desa dan penyuluh.	Kredibilitas perlu ditopang kompetensi dan seleksi peserta yang adil.
Pesan	Peluang usaha, teknik produksi, pemasaran, dan dukungan program.	Materi perlu spesifik terhadap tahap dan kebutuhan usaha.
Saluran	Musyawarah, pelatihan, penyuluhan, dialog, dan media sosial.	Tatap muka kuat untuk umpan balik; kemampuan digital perlu didampingi.
Umpan balik	Pertanyaan, keluhan, diskusi, dan tanggapan warga.	Perlu dicatat sistematis untuk perbaikan program.
Efek	Pengetahuan, sikap, partisipasi, dan kegiatan usaha.	Dampak ekonomi belum diukur dengan indikator.

Sumber: sintesis unsur persuasi dalam naskah sumber.

4.3. Umpan Balik dan Respons Peserta

Warga menyampaikan pertanyaan dan keluhan mengenai produksi, pemasaran, serta pelaksanaan usaha sehingga penyuluh dapat menyesuaikan materi. Namun, sumber tidak menyediakan catatan sistematis mengenai kehadiran, retensi peserta, penerapan materi, atau perkembangan usaha.

Sumber melaporkan bahwa peserta dewasa lebih siap mengambil peluang usaha karena kebutuhan keluarga, sedangkan sebagian peserta muda lebih selektif karena pertimbangan citra atau gengsi. Perbedaan ini merupakan interpretasi terbatas dari kasus dan tidak menggambarkan generasi muda secara umum.

4.4. Efek, Hambatan, dan Keberlanjutan

Efek yang diharapkan mencakup peningkatan pengetahuan, sikap, partisipasi, dan kemandirian ekonomi. Sumber menyebut pembinaan lebih berhasil pada kelompok dewasa, tetapi tidak memberikan indikator pembandingan mengenai pendapatan, usaha aktif, keberlanjutan produksi, atau perluasan pasar.

Tabel 2: Hambatan dan Kebutuhan Penguatan Program

Hambatan	Implikasi	Penguatan
Kemampuan kewirausahaan terbatas	Produk dan usaha sulit berkembang.	Pendampingan produksi, biaya, pemasaran, dan pencatatan.
Literasi digital tidak merata	Media sosial belum dimanfaatkan optimal.	Latihan langsung dan dukungan setelah pelatihan.
Respons generasi berbeda	Pesan yang sama tidak relevan bagi semua peserta.	Segmentasi fasilitasi berdasarkan kebutuhan dan aspirasi.
Pengelola situs belum ditetapkan	Toko daring belum dapat diluncurkan.	Tetapkan tata kelola, peran, transaksi, konten, dan pemeliharaan.
Ukuran dampak belum tersedia	Keberhasilan tidak dapat diverifikasi.	Pantau usaha aktif, omzet, pendapatan, pasar, dan keberlanjutan.

Sumber: sintesis temuan dan kebutuhan evaluasi.

Keberlanjutan program memerlukan kriteria peserta terbuka, pendampingan sesuai tahap usaha, dokumentasi modal, dan pengukuran hasil. Fasilitasi bagi peserta muda dapat menekankan desain produk, pemasaran digital, portofolio, jejaring, dan model usaha yang sesuai aspirasi tanpa memberi label negatif.

5. Kesimpulan

Strategi komunikasi aparat Desa Cinangka dalam pembinaan UEP menggunakan persuasi melalui musyawarah, pelatihan, penyuluhan, dan dialog tatap muka. Program mencakup keterampilan kuliner dan kerajinan, pemasaran digital, modal bertahap, serta rencana toko daring. Aparat dan penyuluh menjadi sumber pesan, sedangkan warga memberi umpan balik mengenai kebutuhan dan kendala usaha.

Perbedaan respons peserta muda dan dewasa tidak dapat digeneralisasikan tanpa data partisipan dan indikator pembandingan. Penelitian lanjutan perlu menjelaskan sampel, periode, etika, modal, validasi data, dan ukuran hasil usaha. Pengelola situs bersama juga harus ditetapkan sebelum peluncuran.

Daftar Pustaka

- Adisasmita, Rahardjo. 2011. *Manajemen Pemerintahan Daerah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maulana, Herdiyan, & Gumgum Gumelar. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Soemirat, Soleh, & Asep Suryana. 2008. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Jakarta: Buku Seru.

