

13
IMPLEMENTASI
KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Oleh: Syubanuiddin Murom, M.I.Kom

- o Pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, dan pemberantasan kemiskinan merupakan masalah pokok yang dihadapi setiap usaha pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat
- o Ada tiga masalah kebijakan yang umum terjadi di negara-negara berkembang (Gore, 1984), yaitu:
 1. Ketimpangan regional dalam pembangunan;
 2. Pesatnya perkembangan ibukota negara
 3. Kesenjangan kota dan desa

- o Berbagai penafsiran konsep komunikasi pembangunan tampak pada sejumlah aktivitas yang berbeda namun menunjukkan keterkaitan satu sama lainnya.
- o Aktivitas yang dimaksud adalah : penyuluhan pertanian, Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE), dan pemasaran sosial kontrasepsi di lapangan keluarga berencana, komunikasi penunjang pembangunan, dan lain sebagainya.

Karakteristik Komunikasi Pembangunan

- o Menerapkan prinsip, sistem, dan teknologi komunikasi, sebagai salah satu komponen yang tergolong utama dalam pencapaian tujuan kegiatannya.
- o Memberikan peranan yang terbilang penting bagi komunikasi dalam rangkaian struktur kegiatan pembangunan yang bersangkutan.
- o Menggunakan dan mengembangkan metodologi serta pendekatan yang sistematis dalam pemanfaatan komunikasi pada lingkup kegiatannya.
- o Memperlihatkan kesinambungan dan “saling belajar dari pengalaman di bidang yang lain” khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi komunikasi.

Pemasaran Sosial

- o Didefinisikan sebagai desain, implementasi, dan pengendalian program yang berusaha meningkatkan akseptabilitas (penerimaan) terhadap ide-ide sosial atau penyebab sosial dikalangan kelompok-kelompok sasaran.
- o Dasar-dasar konsep Pemasaran Sosial:
 1. Tujuan (objectives)
 2. PS adalah suatu proses teknikal menajerial dan sosial behavioral yang menyangkut banyak partisipan, termasuk para pembuat keputusan baik yang berupa individual ataupun kelompok, pemengaruh keputusan, pembali, pemakai, atau adopter.
 3. PS bukan semata-mata periklanan atau komunikasi, tapi suatu proses yang lebih luas.
 4. Progran PS haruslah efektif dan merata untuk jangka pendek dan efisien untuk jangka panjang.

Komunikasi Penunjang Pembangunan

- Bertujuan untuk menunjang upaya pembangunan nasional dan local, khususnya yang ditemukan di negara-negara berkembang (Gecolea, 1982).
- Didefinisikan sebagai suatu penggunaan yang berencana sumber-sumberdaya (*resources*) informasi dan komunikasi oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.
- Sumber-sumber daya komunikasi tersebut mencakup tenaga, biaya, fasilitas dan peralatan, bahan-bahan dan media komunikasi.

- o Tugas dari suatu unit Komunikasi Penunjang Pembangunan dapat dikelompokkan menjadi tiga sub-fungsi yang terdiri dari:
 1. Perencanaan/programming.
 2. Produksi bahan dan media
 3. Penyimpanan dan distribusi
- o Komunikasi Penunjang Pembangunan yang baik akan membantu :
 1. Meningkatkan keterampilan staf, dan membekali mereka untuk melaksanakan tugasnya.
 2. Mendidik dan memotivasi khalayak program yang dituju di lapangan.

Prospek Komunikasi Pembangunan

- o Penerapan komunikasi pembangunan meluas hampir di setiap bidang, seperti pertanian, pendidikan, kesehatan, keluarga berencana, kehutanan, energy, lingkungan hidup, konsumen, sarana air minum, sanitasi, dan lain-lain.
- o Tiga unsur Strategi komunikasi yang fundamental:
 1. Orientasi pada khalayak
 2. Lapangan yang menjadi sasaran perubahan
 3. Suatu jaringan media terpadu

Teknologi Komunikasi Dan Informasi Untuk Pembangunan

- o Teknologi informasi telah mengubah bagaimana orang bekerja, belajar, berpergian dan memerintah.
- o Teknologi komunikasi dan informasi tengah membangkitkan suatu revolusi industrial yang baru dan lebih bermakna. Kemajuan ini bisa dicapai kalau manusia berpengetahuan.
- o Dari sudut pandang pembangunan, kemajuan dan ketersediaan teknologi komunikasi dapat dilihat dari dua sisi:
 - o pertama yakni bagaimana akibat kemajuan tersebut bagi upaya meningkatkan kehidupan sebagian besar masyarakat yang selama ini telah tertinggal dibandingkan dengan masyarakat yang tinggal di daerah maju.
 - o kedua yakni bagaimana teknologi informasi komunikasi dapat di eksploitasi oleh negara-negara berkembang untuk mendapatkan akses ke pasar dunia dan memaksimalkan kelebihan kompetitif.