

Cite this: *J.SST*, Vol.3(1): special issue
74-87, 2024

Received Date:
23 November 2023
Accepted Date:
11 Desember 2023

Keywords:

The Political Communication Strategy, Developing East Luwu without Regional Expenditure, Green Open Space, RTH, CSR

Kata kunci:

Strategi Komunikasi Politik, Program Membangun Luwu Timur Tanpa APBD, RTH, CSR

Strategi Komunikasi Politik Bupati Luwu Timur dalam Menyukseskan Program Membangun Tanpa APBD (Studi Kasus Pembangunan Ruang Terbuka Hijau oleh Korporasi)

The Political Communication Strategy of The East Luwu Regent in The Success of The Development Program Without APBD (Case Study of Green Open Space Development By Corporations)

Abdul Rauf*; Syamsu Rizal²; Yusmanizar³

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

*Email: raufoc@gmail.com ; deical@gmail.com; ninayusmanizar@unifa.ac.id (Email institusi, pascasarjana@unifa.ac.id)

Abstract. *This research was conducted to determine the political communication strategy of East Luwu Regent Budiman and the obstacles faced in the success of the East Luwu Building Program Without APBD. This type of research is a descriptive qualitative approach, using the case study method, namely the construction of RTH by corporations. Researchers conducted in-depth interviews with Budiman and a number of other informants, as well as a study of documents. This study found components of political communication strategies used by Budiman, namely: communicators, audiences, messages, media, and effects. As a political communicator, Budiman has three components of an effective communicator: credibility, attractiveness, and power. In addition, Budiman mostly uses persuasion approaches through non-formal communication with corporate leaders. Budiman's message reminded more of the company's obligations and offered the concept of mutual benefit. The use of social media and mass media is used to build a positive image of the government and companies involved in building RTH. The obstacles faced include internal company policies, lack of aggressive facilitation team, and lack of massive dissemination of program information to the public. But in general, there are no significant obstacles faced in the success of this program.*

Keywords: *The Political Communication Strategy, Developing East Luwu without Regional Expenditure, Green Open Space, RTH, CSR.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi politik Bupati Luwu Timur Budiman dan kendala yang dihadapi dalam menyukseskan Program Membangun Luwu Timur Tanpa APBD. Jenis penelitian ini ialah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menggunakan metode studi kasus, yakni pembangunan RTH oleh korporasi. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan Budiman dan sejumlah informan lain, serta studi dokumen. Penelitian ini menemukan komponen strategi komunikasi politik yang digunakan Budiman, yakni: komunikator, khalayak, pesan, media, dan efek. Sebagai komunikator politik, Budiman memiliki tiga komponen komunikator yang efektif, yakni: credibility, attractiveness, dan power. Selain itu, Budiman lebih banyak menggunakan pendekatan persuasi melalui komunikasi non formal dengan para pimpinan korporasi. Pesan yang disampaikan Budiman lebih banyak mengingatkan akan kewajiban perusahaan dan menawarkan konsep saling menguntungkan. Penggunaan media sosial dan media massa digunakan untuk membangun citra positif pemerintah dan perusahaan yang terlibat membangun RTH. Kendala yang dihadapi diantaranya kebijakan internal perusahaan, kurangnya agresifnya tim fasilitasi, dan kurang massifnya penyebaran informasi program ke masyarakat. Namun secara umum, tidak ada kendala berarti yang dihadapi dalam menyukseskan program ini.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Politik, Program Membangun Luwu Timur Tanpa APBD, RTH, CSR.

PENDAHULUAN

Komunikasi politik merupakan sesuatu bidang kajian ilmu yang ada 2 faktor besar keilmuan, ialah ilmu komunikasi serta ilmu politik. Komunikasi politik bagi McNair (2007) merupakan suatu aktivitas komunikasi berkaitan dengan politik yang disengaja, yang di dalamnya meliputi: (1) seluruh wujud komunikasi yang dicoba politisi serta aktor politik yang lain, buat menggapai hasil tertentu; (2) komunikasi yang diperuntukan kepada aktor-aktor politik tersebut oleh non politisi, semacam para pemilih serta kolumnis berita; serta (3) komunikasi tentang para aktor politik tersebut beserta kegiatan mereka yang dilansir ataupun diterbitkan dalam surat kabar, editorial, ataupun wujud dialog politik lain yang memakai media. McNair berkomentar kalau komunikasi politik tidak cuma meliputi bahasa verbal maupun statment tertulis, melainkan pula alat- alat visual yang lain semacam baju, dandanan, style rambut, desain logo, ialah seluruh elemen komunikasi yang bisa dikatakan membentuk suatu citra ataupun bukti diri politisi (Brian McNair 2016).

Komunikasi politik ialah komunikasi persuasi yang selalu dicoba oleh politikus maupun partai politik buat mencapai tujuan politiknya. Tercantum digunakan selaku pendekatan oleh pemerintah dalam mempersuasi warga ataupun lembaga buat kepentingan pembangunan di warga dalam sesuatu wilayah.

Dalam pelaksanaan komunikasi politik, sebagian tokoh memiliki style tertentu dalam menyukseskan apa yang diinginkannya. Semacam yang dicoba Bupati Purwakarta, Dedi Mulyadi, dalam mensosialisasikan Program Pembelajaran Berkarakter. Dia mengoptimalkan sebagian komponen strategi komunikasi politik, ialah: komunikator, khalayak, pesan, media, serta dampak. Dalam riset bertajuk Strategi Komunikasi Politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi Dalam Menyosialisasikan Program Pembelajaran Berkarakter, yang ditulis Vellycia Njoko, periset menciptakan pemakaian 4 komponen komunikator politik yang dicoba Bupati Dedi Mulyadi, meliputi power, credibility, similarity, serta attractiveness. Tidak hanya itu terdapatnya pemakaian media sosial selaku media sosialisasi, penentuan khalayak, pesan yang unik, serta memikirkan dampak buat khalayak ke depannya (Njoko 2018).

Dari data-data di atas, peneliti menemukan adanya sebuah fenomena komunikasi politik. Komunikasi politik pada dasarnya merupakan pembahasan murni tentang alokasi sumber daya publik (pendapatan), wewenang pejabat (siapa yang diberikan kekuasaan untuk membuat keputusan hukum, legislatif, dan eksekutif), dan sanksi resmi (tindakan apa yang mendapat penghargaan atau hukuman dari negara). Pembahasan yang dilakukan sang komunikator politik biasanya berkaitan dengan kebijakan yang dibuat untuk kepentingan bersama. Dalam tingkatan komunikasi politik yang baik, Bupati Luwu Timur Budiman, sebagai komunikator politik kerakyatan, yang termasuk dalam jenis politikus. Politikus sendiri berarti orang yang memiliki otoritas untuk berkomunikasi sebagai wakil dari kelompok atau khalayak, yang pesan-pesannya mengajukan dan melindungi tujuan kepentingan politik (Brian McNair 2016).

Di sisi lain, pembangunan sesuatu wilayah, bukan cuma tanggung jawab pemerintah. Tetapi pula korporasi ataupun industri menemukan kedudukan serta tanggung jawab besar. Bagi Saidi serta Abidin (2004: 59- 60), suatu industri tidak cuma mempunyai tanggung jawab murah melainkan pula tanggungjawab sah, etis, serta filantropis. (1) Tanggung jawab murah (make a profit); Dimana motif industri merupakan menciptakan laba. Laba ialah fondasi utama industri, sehingga merujuk pada nilai tambah ekonomi selaku prasyarat supaya industri bisa terus hidup serta tumbuh. (2) Tanggung jawab sah (obey the law); Dalam proses pencarian laba, industri tidak boleh melanggar kebijakan serta hukum yang sudah diresmikan pemerintah. (3) Tanggung jawab etis (be ethical); Industri mempunyai kewajiban buat melaksanakan aplikasi bisnis yang baik, benar, serta adil. Norma - norma warga butuh jadi referensi untuk sikap organisasi industri. (4) Tanggung jawab filantropis (be a good citizen). Tidak hanya industri wajib mendapatkan laba, taat hukum serta berperilaku etis, industri dituntut supaya bisa berikan donasi yang bisa dialami secara langsung oleh warga. Tujuannya buat tingkatkan mutu hidup manusia serta lingkungannya.

Keterlibatan korporasi dalam membangun daerah telah diatur pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Perusahaan berkewajiban memberikan kontribusi terhadap pembangunan lewat program tanggungjawab sosial perusahaan, atau yang lazim dikenal dengan istilah CSR (Corporate Social Responsibility). Hal ini sesuai dengan isi pasal 74 yang berbunyi Undang - Undang Perseroan Terbatas (UUPT) mengatur mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dimana Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan tersebut.

Kewajiban korporasi memberikan kontribusi dalam pembangunan, menjadi peluang besar pemerintah, terkhusus pemerintah daerah yang terdapat korporasi besar di wilayahnya, untuk membangun tanpa harus menggunakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Untuk menjalin kerjasama pemerintah daerah (Pemda) dengan korporasi, dibutuhkan komunikasi dan sentuhan politis, agar implikasi program CSR dapat lebih besar dirasakan masyarakat.

Pasalnya, pelaksanaan program CSR perusahaan terkadang dilakukan sekedarnya saja. Tanpa sinergi pemerintah dalam membangun daerah. Selain itu, pelaksanaan program CSR juga acapkali dipengaruhi kepentingan pihak tertentu, yang tidak berpihak kepada masyarakat dan daerah. Sehingga untuk menjalin kerjasama pemda dengan korporasi, butuh strategi komunikasi politik dari kepala daerah. Strategi komunikasi dan sentuhan politik akan lebih memuluskan pelaksanaan program CSR, utamanya yang membutuhkan anggaran besar.

Kondisi inilah yang disadari Bupati Luwu Timur, Drs. Budiman, M.Pd., dalam upaya membangun Kabupaten Luwu Timur (Lutim), Provinsi Sulawesi Selatan (Sulsel). Sejak awal dilantiknya sebagai Plt Bupati Luwu Timur, pada 26 Februari 2021, dan dilantik sebagai Bupati Luwu Timur definitif pada 5 April 2021, Budiman menyadari peluang besar pelibatan korporasi, dengan menerapkan pola pemerintahan berkonsep kolaborasi Pemda dengan korporasi dalam memajukan Luwu Timur. Pola pemerintahan kolaboratif berkonsep pentahelix collaboration ini melahirkan terobosan di awal pemerintahannya. Budiman kemudian mencanangkan program membangun Luwu Timur tanpa APBD, dengan pelibatan korporasi untuk membangun berbagai fasilitas publik dan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Hal ini sejalan dengan visi yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Luwu Timur Tahun 2021 - 2026, 'Luwu Timur Yang Berkelanjutan dan Lebih Maju Berlandaskan Nilai Agama dan Budaya,' dengan salah satu misinya adalah 'menyediakan infrastruktur daerah yang memadai dan lingkungan yang berkualitas.' Untuk mewujudkan misi tersebut, juga disusun program prioritas, yang salah satunya pengembangan dan penataan Ruang Terbuka Hijau (RTH) di wilayah Kabupaten Luwu Timur (Bappeda 2021).

Dari konsep pentahelix collaboration ini, Budiman berhasil melibatkan sejumlah perusahaan yang ada di wilayah Kabupaten Luwu Timur dalam pembangunan daerah. Beberapa perusahaan telah berhasil dilobi. Diantara yang berhasil dilobi adalah PT Vale Indonesia. Perusahaan tambang nikel penyuplai 5 persen nikel dunia itu telah mengalokasikan dana CSR untuk pembangunan RTH tanpa menggunakan APBD, diantaranya PT Vale Indonesia Tbk, membangun Bundaran Batara Guru yang akan menjadi ikon baru Kabupaten Luwu Timur, dengan anggaran puluhan miliar rupiah. Kemudian PT Citra Lampia Mandiri (CLM) membangun sport centre di pusat perkantoran Pemkab Luwu Timur. Selanjutnya, Bank Sulselbar membangun RTH taman lapangan Merdeka di pusat Kota Malili (Tekape.co 2022). Kemudian juga ada Ikatan Kontraktor Nasional PT Vale Indonesia Tbk (IKONVI) yang membangun Ruang Terbuka Hijau (RTH) dan Skatepark di kawasan Rumah Jabatan Bupati, dan PT Pegadaian membangun kantin PKK, berkolaborasi dengan dua perusahaan lainnya. Per 20 Mei 2021, Pemerintah Kabupaten Luwu Timur telah berhasil meyakinkan 14 perusahaan untuk ikut dalam membangun RTH di Baru Luwu Timur (Koranseruya.com 2021).

Ketertarikan PT Vale Indonesia Tbk untuk berpartisipasi membangun RTH di Luwu Timur diklaim karena sejalan dengan visi PT Vale. Wakil Presiden Direktur PT Vale Indonesia Tbk, Adriansyah Chaniago menjelaskan, pengembangan dan pengelolaan RTH seiring dengan misi PT Vale Indonesia, yang bukan hanya hadir di Luwu Timur untuk

berinvestasi, tapi juga bajkal bersama dengan seluruh stakeholder dalam meningkatkan kualitas hidup dan masa depan, salah satunya diwujudkan dengan ikut serta kerjasama pengembangan Ruang Terbuka Hijau (Sindonews.com 2021)

Keberhasilan Budiman melobi sejumlah korporasi dalam berkontribusi membangun Kabupaten Luwu Timur pada tahun pertama kepemimpinannya, menjadi fenomena menarik untuk dilakukan penelitian, utamanya dari sisi strategi komunikasi politik yang diterapkan. Juga kendala seperti apa yang dihadapi dalam melakukan negosiasi terhadap korporasi, untuk diajak kolaborasi membangun Luwu Timur. Sebab tiga Bupati Luwu Timur sebelumnya, pelibatan korporasi dalam membangun Luwu Timur, tidak seperti pada masa kepemimpinan Budiman.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini menarik untuk mengangkar rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi politik Bupati Luwu Timur Budiman dalam menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD?
2. Kendala - kendala apa saja yang dihadapi Bupati Luwu Timur Budiman dalam menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD?

METODOLOGI

Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi politik Bupati Luwu Timur dalam menyukseskan Program Membangun Tanpa APBD, dengan Studi Kasus Pembangunan Ruang Terbuka Hijau oleh Korporasi. Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan, yang dilaksanakan pada April hingga Januari 2023. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara Mendalam. Kenapa memilih metode wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci ataupun informasi yang lebih detail terkait objek penelitian. Ini dilakukan kepada lima informan yang telah dipilih peneliti. yakni Bupati Luwu Timur Budiman, Kepala Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kabupaten Luwu Timur, Andi Tabacina, Kepala Seksi Pengelolaan Sampah dan Limbah B3 DLH Luwu Timur, Abshar Abdur Razak SP., Pimpinan Cabang Bank Sulselbar Luwu Timur, Idham Khalid, dan Project Specialis PT Vale Indonesia Tbk, Syawal, ST., yang banyak mendapat tugas melakukan proses komunikasi dengan Pemkab Luwu Timur.
2. Observasi Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan di sekitar atau di lokasi penelitian untuk mendukung hasil wawancara mendalam. Observasi juga bisa dilakukan dengan melakukan perekaman, lalu diamati kemudian diolah menjadi data pendukung wawancara.
3. Dokumentasi. Teknik dokumentasi sebagai pelengkap wawancara dan observasi. Dokumentasi dapat berupa gambar, catatan, laporan ataupun dokumen lainnya yang telah diolah peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bupati Luwu Timur, Drs. H. Budiman, M.Pd., mengusung visi 'Luwu Timur Yang Berkelanjutan dan Lebih Maju Berlandaskan Nilai Agama dan Budaya.' Salah satu misinya adalah 'menyediakan infrastruktur daerah yang memadai dan lingkungan yang berkualitas,' dengan program prioritas dalam mewujudkan lingkungan berkualitas adalah pengembangan dan penataan Ruang Terbuka Hijau (RTH) di wilayah Kabupaten Luwu Timur. Dalam mewujudkan program prioritas pembangunan RTH itu, Bupati Budiman menerapkan konsep pemerintahan kolaboratif, dengan mengajak korporasi untuk berkontribusi nyata dalam pembangunan RTH. Mengingat Luwu Timur memiliki beberapa perusahaan tambang dan perusahaan perkebunan, serta sejumlah perusahaan lainnya. Dari konsep itulah lahir program inovatif yang dikenal dengan istilah 'Membangun Luwu Timur Tanpa APBD.' Dari program tersebut, Bupati Budiman menargetkan program prioritas membangun RTH dapat berjalan tanpa harus menguras APBD Luwu Timur. Program prioritas membangun RTH itu tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Luwu Timur Tahun 2021-2026.

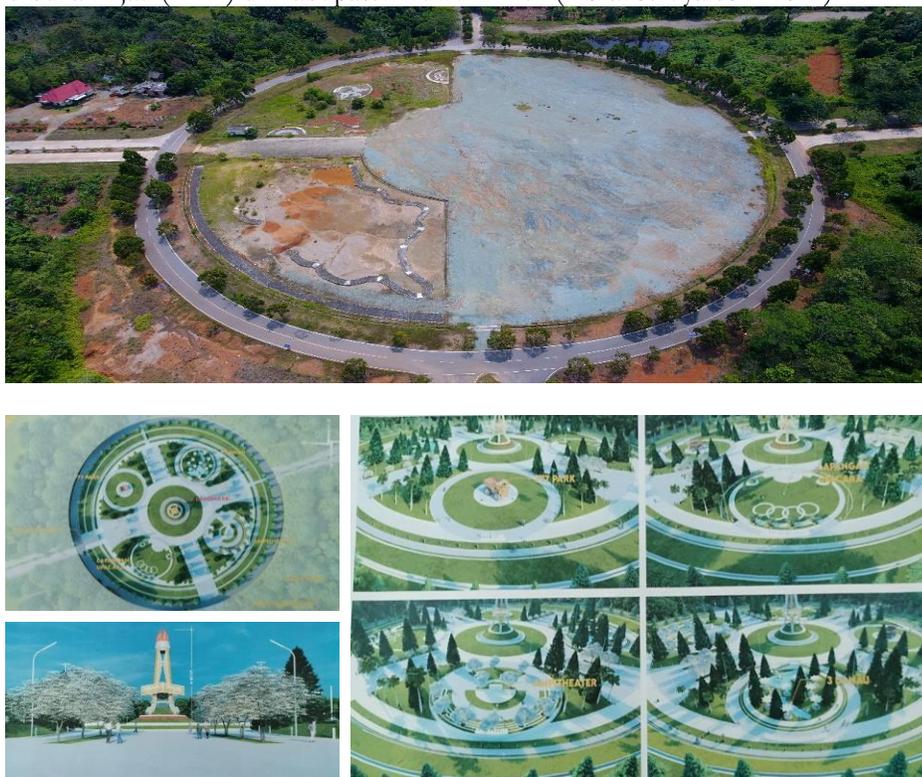
Program inovatif membangun Luwu Timur tanpa menggunakan APBD ini telah

berhasil direalisasikan Budiman pada awal tahun kepemimpinannya di Kabupaten Luwu Timur (Lutim), Provinsi Sulawesi Selatan (Sulsel). Budiman yang dilantik sebagai Pelaksana Tugas (Plt) Bupati Luwu Timur, 26 Februari 2021, kemudian dilantik sebagai Bupati Luwu Timur definitif pada 5 April 2021, telah berhasil mengajak puluhan korporasi untuk ikut berpartisipasi dalam membangun Luwu Timur sejak awal tahun pemerintahannya.

Upaya pelibatan korporasi dalam membangun RTH di Luwu Timur itu dilakukan Budiman setelah dilantik sebagai Wakil Bupati Luwu Timur, yang sekaligus sebagai Plt Bupati Luwu Timur. Pada 25 Maret 2021, Pemerintah Kabupaten Luwu Timur, mengundang 33 perusahaan bersama tujuh pejabat eselon II Pemkab Luwu Timur untuk membicarakan rencana pelibatan korporasi atau dunia usaha dalam membangun RTH di Luwu Timur. Pemkab Luwu Timur melaksanakan pertemuan dengan perwakilan perusahaan pemilik Izin Lingkungan se Kabupaten Luwu Timur. Pada pertemuan tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa gagasan penataan RTH berbasis CSR direspon dengan sangat baik oleh semua pihak.

Berdasarkan surat Bupati Luwu Timur tertanggal 23 Maret 2021, terdapat 33 perusahaan dan tujuh pejabat eselon II Pemkab Luwu Timur yang diundang menghadiri pertemuan yang dipimpin langsung Budiman, yang saat itu masih berstatus Wakil Bupati Luwu Timur.

Pada akhir Mei 2021, atau satu bulan setelah dilantik sebagai Bupati Luwu Timur, sedikitnya 14 perusahaan, ditambah 34 perusahaan kontraktor yang tergabung dalam Ikatan Kontraktor Nasional PT Vale Indonesia (IKONVI), telah menyatakan bersedia membangun Ruang Terbuka Hijau (RTH) di Kabupaten Luwu Timur (Koranseruya.com 2021)



Gambar 1. Foto Bundaran Batara Guru (BBG) Malili sebelum dibangun RTH (atas) dan desain BGG yang dibangun PT Vale Indonesia Tbk (bawah). (Sumber: DLH Luwu Timur)

Korporasi yang telah menyatakan siap ikut berpartisipasi tersebut, ada yang telah memulai membangun RTH di lokasi yang telah disepakati masing-masing, namun ada yang belum menindaklanjutinya. Diantara yang telah mulai membangun adalah PT Vale Indonesia memulai Pembangunan Bundaran Batara Guru (BBG), di Desa Puncak Indah, Kecamatan Malili pada 15 Agustus 2021. Bank Sulselbar melaunching penataan Lapangan Merdeka Puncak Indah Malili seluas 1.771 meter persegi, senilai Rp719 juta, Pada Oktober 2021. Kemudian Ikatan Kontraktor Nasional PT Vale Indonesia Tbk (IKONVI) membangun Ruang Terbuka Hijau (RTH) dan Skatepark di kawasan Rumah Jabatan Bupati, Desa Puncak Indah Malili, yang dilaunching pada 9 September 2022. Untuk tahap pertama, 34

perusahaan/kontraktor PT Vale yang ikut membangun RTH ini, dengan total anggaran sekitar Rp800 juta. Perusahaan lain juga telah melakukan pembangunan di masing-masing lokasi yang telah disepakati bersama. (Wartalutim 2021)



Gambar 2. Foto Lapangan Merdeka Malili sebelum ditata ulang (kiri) dan desain penataan oleh Bank Sulselbar (kanan). (Sumber: DLH Luwu Timur)

Data Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kabupaten Luwu Timur, menyebutkan sudah ada 9 perusahaan yang tengah progres dan selesai melakukan pembangunan RTH di lokasi yang telah disepakati bersama.

Analisis Strategi Komunikasi Politik Bupati Luwu Timur

Menurut Harold D Lasswell, politik adalah kegiatan masyarakat yang berkisar pada masalah-masalah “siapa memperoleh apa, kapan dan bagaimana” (*who gets what, when, and how*). Dalam strategi komunikasi politik Harold Lasswell, terdapat lima komponen, yaitu: (a) komunikator; (b) pesan; (c) media; (d) khalayak; dan (e) efek. Lima komponen tersebut ditemui dalam strategi komunikasi politik Bupati Luwu Timur dalam menyukseskan Program Membangun Tanpa APBD.

a. Komunikator Politik

Dalam praktek komunikasi dengan para pimpinan korporasi untuk menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD, Budiman memiliki dimensi ethos, yang Jalaluddin Rakhmat membaginya menjadi tiga karakter komunikator yang efektif, yakni kredibilitas, atraksi/daya tarik, dan kekuasaan (Rakhmat 2005). Tiga elemen penting dalam komunikator yang efektif ini dimiliki dan diterapkan Budiman dengan baik dalam setiap proses komunikasi dengan korporasi.

Demikian juga dengan tim fasilitasi Pemkab Luwu Timur. Dimensi ethosnya juga masih terjaga. Diantara tim yang dilibatkan langsung adalah Sekretaris Daerah Kabupaten Luwu Timur Drs. H. Bahri Suli, MM, Kepala DLH Luwu Timur yang dijabat saat itu Andi Tabacina, Kepala Bidang Pengelolaan Sampah Limbah B3 dan Pertamanan DLH Kabupaten Luwu Timur Hairil Muchtar SH, dan Kasi Pengelolaan Sampah dan Limbah B3 DLH Luwu Timur Abshar Abdul Razak, bersama beberapa staff DLH yang diberi tugas mengomunikasikan hal-hal teknis dengan korporasi. Andi Tabacina bersama Abshar Abdul Razak berperan melakukan komunikasi secara intens dengan korporasi yang dinilai mampu ikut berpartisipasi membangun RTH.

1) Kredibilitas (*Credibility*)

Budiman sebagai komunikator politik, memiliki kredibilitas yang cukup baik. Kredibilitas Budiman yang menjadi elemen penting dalam kesuksesan komunikasi, telah terbangun sepanjang karirnya sebagai birokrat sejak Kabupaten Luwu Timur terbentuk. Hal-hal yang mempengaruhi persepsi komunikan tentang komunikator sebelum melakukan komunikasinya ini disebut prior ethos. Kredibilitas di sini berbicara tentang persepsi komunikan terhadap sang komunikator. Ada dua hal yang terkandung di dalam pengertian ini, yakni: (1) Kredibilitas berkaitan dengan persepsi komunikan dan (2) Kredibilitas tentang sifat-sifat komunikator. Kredibilitas ini dapat berubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikan), topik yang dibahas, dan situasi saat komunikasi berlangsung.

Selain prior ethos yang dipersepsikan baik, Budiman sebagai komunikator juga mumpuni dari sisi intrinsic ethos. Intrinsic ethos ini dibentuk oleh topik yang dipilih, cara penyampaian, teknik-teknik pengembangan pokok bahasan, dan bahasa yang dipergunakan, serta organisasi pesan atau sistematika yang dipakai sang komunikator. Kenneth E. Andersen menyebut hal itu sebagai intrinsic ethos. Sharp dan McClung (1966), juga Baker (1965) menunjukkan bahwa organisasi pesan yang

lebih baik meningkatkan kredibilitas seorang komunikator. Pearce dan Brommel (1972), Pearce dan Conklin (1971) membuktikan pengaruh cara bicara komunikator terhadap kredibilitas. Pemilihan topik oleh Budiman ini tampak saat menyampaikan gagasannya tentang pelibatan korporasi membangun RTH. Budiman menawarkan konsep pengelolaan anggaran secara mandiri oleh perusahaan, tanpa harus lewat Pemkab Luwu Timur. Topik ini membangun kepercayaan perusahaan akan kredibilitas Budiman sebagai bupati, yang secara tidak langsung akan menghilangkan kecurigaan terhadap kepentingan pribadi di balik pelibatan korporasi.

2) Atraksi (Attractiveness)

Untuk menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD, Budiman membangun narasi tentang kesamaan nilai dan tujuan Pemkab Luwu Timur dengan korporasi, yakni sama-sama ingin melihat daerah Luwu Timur lebih maju. Upaya Budiman sebagai komunikator politik yang ingin memengaruhi pihak lain dengan menegaskan kesamaan antara dirinya dengan komunikan, disebut oleh ahli retorika Kenneth Burke sebagai "strategy of identification". Sementara Herbert W Simmons (1976) menamainya sebagai "establishing common grounds".

Sementara itu, dari sisi atraksi dari faktor daya tarik fisik, Budiman menunjuk Kadis LH Andi Tabacina menjadi tim eksekutor dalam menindaklanjuti program yang ditawarkan kepada para pimpinan korporasi. Sebagai komunikator dari kalangan birokrat dan sebagai perempuan, Andi Tabacina punya daya tarik tersendiri. Sebab pimpinan perusahaan yang menjadi target atau komunikan, rata-rata dari kalangan laki-laki. Sehingga komunikasi antara perempuan dan laki-laki akan berefek positif secara psikologi terhadap kesuksesan komunikasi. Dalam psikologi komunikasi, terdapat beberapa faktor situasional yang memengaruhi atraksi interpersonal, yakni: daya tarik fisik, ganjaran, kesamaan, dan kemampuan. Orang cenderung menyenangi orang-orang yang tampan atau cantik, yang banyak kesamaannya dengan lawan bicara, dan memiliki kemampuan yang lebih tinggi. Sebuah penelitian membuktikan bahwa orang cantik lebih besar kemungkinannya menjadi komunikator yang efektif. Atraksi fisik ini menyebabkan komunikator menarik, dan karena menarik ia memiliki daya persuasif yang tinggi.

3) Kekuasaan (Power)

Bupati yang menjadi komunikator, dari sisi kekuasaan (power) tidak diragukan lagi. Sebagai kepala daerah, Bupati adalah orang yang memiliki power yang cukup besar, karena dia memiliki kekuasaan dan sokongan kekuatan politik. Apalagi, sejak terpilih sebagai Wakil Bupati Luwu Timur mendampingi HM Thorig Husler, yang meninggal dunia sebelum dilantik pada periode kedua, Budiman langsung merapat ke PDIP. Budiman kemudian didapuk sebagai Ketua PDIP Luwu Timur. Sehingga dari segi kekuatan politik untuk memengaruhi perusahaan tingkat nasional yang beroperasi di Luwu Timur, kedudukannya sebagai ketua partai penguasa saat ini, akan berpengaruh secara tidak langsung terhadap kesuksesan program yang melibatkan korporasi. Kondisi ini disebut dalam psikologi komunikasi sebagai dimensi power. Dalam kerangka teori Herbert C Kelman (1975), kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan (compliance). Ketundukan (compliance) terjadi jika individu menerima pengaruh dari orang atau kelompok lain karena berharap memperoleh reaksi yang menyenangkan dari orang atau kelompok tersebut. Ia ingin memperoleh ganjaran atau menghindari hukuman dari pihak yang mempengaruhinya. Dalam ketundukan, orang menerima perilaku yang dianjurkan, bukan karena mempercayainya, tetapi karena perilaku tersebut membantunya untuk menghasilkan efek sosial yang memuaskan. Kekuasaan menyebabkan seorang komunikator dapat 'memaksakan' kehendaknya kepada orang lain, karena ia memiliki sumber daya yang sangat penting (critical resources) (Hasmawati 2020).

Ketundukan ini tampak dari suksesnya komunikasi dalam pelibatan korporasi. Pada proses komunikasi itu, korporasi tunduk dengan permintaan Budiman. Korporasi menyatakan siap berpartisipasi tanpa mengajukan syarat khusus. Seperti PT Vale yang menggelontorkan dananya sebesar Rp14 miliar, namun tidak mengajukan syarat untuk kepentingan perusahaan.

b. Khalayak

Dalam proses komunikasi untuk menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD, terdapat dua kelompok khalayak sasaran, yakni (1) korporasi dan (2) masyarakat secara umum. Untuk sasaran korporasi, Budiman lebih banyak melakukan komunikasi non formal. Sementara khalayak publik menggunakan media massa sebagai saluran komunikasi.

1) Sasaran Komunikasi Korporasi

Dalam pemilihan khalayak atau target sasaran program pelibatan korporasi membangun RTH di Luwu Timur, Budiman mengamati dan menganalisis sejauh mana kemampuan korporasi yang akan diajak membangun RTH. Diantara indikator kemampuan korporasi target program ini adalah besarnya modal dan produksi, serta omset sebuah perusahaan. Untuk itu, korporasi yang pertama diajak berkontribusi adalah PT Vale Indonesia Tbk, kemudian Bank Sulselbar, dan PT Citra Lampia Mandiri (CLM). Lalu menyusul undangan resmi sejumlah perusahaan untuk pertemuan membicarakan kesiapan korporasi yang ada di Luwu Timur dalam berkontribusi membangun RTH.

2) Sasaran Komunikasi Publik

Sasaran atau khalayak yang kedua dalam proses komunikasi menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD adalah masyarakat secara luas. Tujuannya berbeda dengan khalayak khusus korporasi, pada khalayak luas, tujuan komunikasinya untuk membangun citra pemerintah dan perusahaan. Juga agar perusahaan lain terpengaruh akan citra positif yang terbentuk dari proses komunikasi publik ini. Komunikasi ini difokuskan pada penggunaan media massa dalam proses penyampaian pesan. Penggunaan media massa dalam proses komunikasi untuk khalayak umum ini sejalan dengan McQuail dalam teori Uses And Gratifications Research, yang melihat khalayak sebagai pengguna media yang aktif. (Halik et al., 2013)

c. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah segala sesuatu yang disampaikan komunikator dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna. Dalam proses komunikasi menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD, ada dua isi pesan yang digaungkan setiap proses komunikasi Budiman dalam mengajak korporasi berkontribusi membangun Luwu Timur, yakni mengingatkan kewajiban perusahaan dan menawarkan konsep saling menguntungkan. Budiman mengingatkan ada kewajiban perusahaan memberikan kontribusi nyata di daerah tempat beroperasinya usaha atau bisnisnya. Budiman mengajak korporasi membangun sesuai dengan kemampuan masing-masing, anggarannya dikelola secara mandiri tanpa campur tangan Pemda, serta dapat berkolaborasi antar perusahaan dalam membangun satu RTH.

d. Media

Memilih media dan saluran komunikasi menjadi salah satu unsur penting suksesnya proses komunikasi yang dijalankan. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa, misalnya surat kabar atau televisi dan media sosial, dan untuk kelompok tertentu digunakan saluran komunikasi kelompok. Pada proses komunikasi dalam menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD, Pemkab Luwu Timur menggunakan sejumlah saluran/media komunikasi, dengan melihat kelompok khalayak yang menjadi khalayak atau sasaran komunikasi. Karena ada dua kelompok khalayak, yakni korporasi dan masyarakat umum, dalam proses komunikasi program pelibatan korporasi membangun RTH, maka Pemkab Luwu Timur juga memilih media/saluran komunikasi sesuai isi pesan khalayak yang ingin dituju. Untuk khalayak korporasi, Pemkab Luwu Timur menggunakan media surat menyurat, telepon, dan komunikasi tatap muka. Sementara sasaran khalayak umum, digunakan media massa (cetak, elektronik, dan media siber), website resmi Pemkab Luwu Timur, dan media sosial.

1) Media Surat dan Telepon

Pemilihan media komunikasi didasarkan pada tujuan dan sasaran khalayak. Pada proses komunikasi dengan korporasi, Pemkab Luwu Timur menggunakan media surat menyurat, sebagai proses komunikasi formal antar instansi. Namun komunikasi formal itu ditindaklanjuti dengan lebih banyak komunikasi informal secara tatap muka. Hal ini sejalan dengan teori efektifitas komunikasi antar pribadi, yakni komunikasi antar pimpinan instansi, akan lebih mudah memengaruhi kebijakan dalam perusahaan jika dilakukan secara privat.

2) Media Massa dan Media Sosial

Sementara untuk komunikasi dengan khalayak/sasaran publik, Pemkab Luwu Timur banyak menggunakan media massa dan media sosial. Media massa dan media sosial ini dipilih karena tujuannya untuk membangun citra positif Pemkab dan perusahaan. Proses komunikasi dengan publik efektif dilakukan dengan menggunakan media sosial dan media massa, baik cetak, elektronik, maupun media siber. Untuk media sosial, Pemkab Luwu Timur menggunakan akun media sosial yang dikelola Dinas Kominfo Luwu Timur, yakni Facebook, Instagram, dan Twitter. Kemudian ada juga media publikasi internal, yakni website resmi Pemkab Luwu Timur, www.luwutimurkab.go.id.

e. Efek

Pada proses komunikasi pelibatan korporasi, sedikitnya ada dua efek atau pengaruh yang ingin dicapai, yakni: (1) keterlibatan korporasi dalam membangun RTH, dan (2) peningkatan citra positif pemerintah dan perusahaan.

1) Efek Keterlibatan Korporasi Dalam Membangun RTH

Pada tataran korporasi, yang menjadi khalayak utama dalam proses komunikasi ini, efek kognitif, afektif, dan konatif sangat jelas. Seperti dengan melihat besarnya partisipasi perusahaan dalam membangun RTH. Dari 33 perusahaan yang diundang Bupati Luwu Timur dalam membicarakan program membangun RTH oleh korporasi, lebih dari setengah pimpinan perusahaan ikut dalam pertemuan itu. Setelah pertemuan itu, ada 14 perusahaan menyatakan siap ikut berpartisipasi. Dari 14 perusahaan itu, 9 (sembilan) diantaranya telah memulai pembangunan RTH, bahkan ada yang telah selesai. Pembangunan RTH itu, ada yang kolaborasi dengan beberapa perusahaan, namun lebih banyak yang membangun RTH tanpa kolaborasi antar perusahaan, atau satu RTH dibangun oleh satu perusahaan.

2) Efek Peningkatan Citra Positif Pemerintah dan Perusahaan

Sementara untuk efek kesuksesan membangun citra positif pemerintah dan perusahaan di mata publik, bisa dilihat dari adanya perubahan pengetahuan (kognitif) dan persepsi masyarakat terhadap program kolaborasi pemerintah dan swasta dalam membangun daerah, efek afektif bisa dilihat dari adanya perubahan sikap, berupa kekaguman publik terhadap kemampuan Budiman dalam memengaruhi korporasi untuk ikut berpartisipasi membangun daerah, dan efek konatif (behavior) berupa kemungkinan adanya perubahan pilihan dukungan beberapa orang Luwu Timur karena melihat kemampuan Budiman memimpin Luwu Timur. Dari sisi perusahaan, misalnya PT Pegadaian, ada penambahan nasabah tabungan emas setelah membangun RTH dan penataan kantin PKK Luwu Timur. Hal ini juga karena bagian dari pemberian ruang sosialisasi program PT Pegadaian oleh Pemkab Luwu Timur.

Kendala-kendala Dalam Menyukseskan Program Membangun Luwu Timur Tanpa APBD

Pada pelaksanaan program membangun Luwu Timur tanpa APBD, berupa pelibatan korporasi dalam membangun RTH di Luwu Timur, secara umum tidak menghadapi kendala berarti. Hanya saja, secara garis besar, ada beberapa hambatan atau kendala yang dihadapi Pemkab Luwu Timur dalam menyukseskan program yang digagas pada tahun pemerintahan Budiman sebagai Bupati Luwu Timur tersebut. Sedikitnya ada dua kendala yang menjadi hambatan, yakni: a) hambatan kebijakan internal perusahaan, dan b) hambatan komunikasi antara korporasi dengan Pemkab Luwu Timur.

a. Hambatan Kebijakan

Kendala utama yang dihadapi perusahaan saat diajak berpartisipasi membangun

RTH di bulan awal pemerintahan Budiman sebagai Bupati Luwu Timur adalah belum adanya program alokasi dana CSR untuk pembangunan RTH. Sehingga perusahaan harus mengubah alokasi dana CSR jika ingin berpartisipasi program membangun RTH, sesuai permintaan Pemkab Luwu Timur.

Kendala kedua yang dihadapi adalah program yang ditawarkan Pemkab Luwu Timur bukan menjadi program prioritas internal perusahaan. Seperti program Bank Sulselbar, yang alokasi dana CSR di tingkat kebijakan perusahaan, bukan mengarah kepada pembangunan sarana publik. Namun kebijakannya mengarah kepada pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Namun demikian, program membangun sarana publik berupa RTH yang ditawarkan Pemkab Luwu Timur dapat dilaksanakan setelah melewati proses komunikasi yang baik.

Kendala ketiga dari sisi kebijakan adalah keterbatasan kemampuan anggaran internal perusahaan. Namun ini dapat diatasi dengan membuka ruang kolaborasi dengan perusahaan lain untuk membangun satu RTH.

b. Hambatan Komunikasi

Pada proses komunikasi pelibatan korporasi membangun RTH, secara umum menghadapi kendala yang tidak begitu berarti. Sebab hampir semua kendala dapat teratasi dengan baik. Kendala yang dihadapi dapat dilihat dari tujuan komunikasi dan khalayak atau sasaran komunikasi. Dalam program pelibatan korporasi membangun RTH di Luwu Timur, ada dua tujuan dan khalayak sasaran komunikasinya, yakni: (1) tujuan pelibatan korporasi membangun RTH, yang menjadi sasaran komunikasinya adalah pimpinan perusahaan, dan (2) tujuan membangun citra positif Pemkab Luwu Timur dan brand image perusahaan yang membangun RTH.

1) Kendala Komunikasi Pelibatan Korporasi

Keterlibatan korporasi membangun RTH di Luwu Timur sudah lumayan banyak, jika dilihat dari segi singkatnya waktu komunikasi yang dilakukan Pemkab Luwu Timur. Apalagi program ini sudah terlaksana di tiga bulan pertama Budiman dilantik menjadi Bupati Luwu Timur. Apalagi jika melihat tim komunikator Bupati Luwu Timur yang dari sisi kuantitas tidak banyak. Hanya dilakukan Kepala Dinas LH, Kepala Bidang (Kabid), dan Kepala Seksi (Kasi), serta satu staf yang ditunjuk untuk mengurus administrasi.

Secara umum, tidak kendala komunikasi berarti yang dihadapi dalam program membangun Luwu Timur tanpa APBD ini. Namun jika melihat lebih dalam, sedikitnya ada dua yang menjadi kendala dalam pelaksanaan program inovatif Budiman ini, yakni: (a) keterbatasan kuantitas tim komunikator, dan (b) komunikasi dengan pucuk pimpinan perusahaan.

2) Keterbatasan Kuantitas Tim Komunikator

Untuk menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD ini, Budiman memang tidak membentuk tim komunikasi secara resmi, hanya menunjuk Dinas Lingkungan Hidup (DLH) yang memang menjadi leading sector program pembangunan RTH. Sehingga Budiman langsung menunjuk Kadis LH Andi Tabacina untuk menindaklanjuti ide dan gagasan Budiman setelah dilantik menjadi Bupati Luwu Timur.

3) Kendala Komunikasi Dengan Pimpinan Perusahaan

Sementara untuk kendala komunikasi dengan pimpinan pusat perusahaan, kebanyakan perusahaan yang tidak ikut berpartisipasi, mereka yang belum ada komunikasi langsung dengan Pemkab Luwu Timur. Seperti bank dan perusahaan yang hanya status cabang di Luwu Timur. Sedangkan perusahaan yang telah berkontribusi membangun RTH, mereka yang telah komunikasi langsung dengan Budiman dan tim. Kendala komunikasi ini diantaranya disebabkan karena kurangnya kuantitas SDM tim komunikator, sehingga belum sempat melakukan komunikasi ke perusahaan multinasional, yang telah mendirikan cabang di Luwu Timur, seperti perbankan, pembiayaan, minimarket berjangkauan, dan sebagainya.

4) Kendala Membangun Citra Positif

Tujuan komunikasi kedua dalam program ini adalah untuk membangun citra positif bagi pemerintah dan perusahaan. Namun ada kendala yang dihadapi dalam

membangun citra positif atau brand image perusahaan. Diantaranya pemilihan media komunikasi publik yang dipilih, dan kurang massifnya penyebaran informasi ke masyarakat.

Pada pemilihan media komunikasi publik, Pemkab Luwu Timur baru menggunakan website resmi Pemkab Luwu Timur, media sosial dan media massa, baik media elektronik, cetak, dan media siber. Belum banyak penggunaan media luar ruang, seperti billboard atau reklame, dan baliho untuk menginformasikan program pelibatan korporasi membangun RTH. Pada pemilihan media massa, penggunaan media siber masih mendominasi. Pilihan media siber dan media sosial ini memang diakui lebih luas jangkauannya, namun kekurangannya sedikit menyentuh masyarakat pelosok, utamanya mereka yang berusia 50-an tahun ke atas.

Penyebaran informasi ke masyarakat pelosok Luwu Timur sebenarnya bisa diatasi dengan penggunaan perangkat daerah, mulai dari satuan perangkat daerah hingga camat dan lurah. Penyebaran informasi lewat pejabat pemerintahan ini bisa lebih efektif jika dilakukan secara massif. Dengan didukung pemasangan baliho di sudut-sudut strategis kampung. Penyebaran informasi ini bisa dilakukan dengan penyebaran program inovatif lainnya yang telah dan akan dilaksanakan Pemkab Luwu Timur di bawah kepemimpinan Budiman.

SIMPULAN

Strategi komunikasi politik Budiman dalam menyukseskan Program Membangun Luwu Timur Tanpa APBD, dengan memaksimalkan lima komponen strategi komunikasi Harold D Lasswel, yakni komunikator, khalayak, pesan, media, dan efek. Budiman sebagai komunikator, mempunyai komponen kredibilitas (*credibility*), kekuasaan (*power*), dan atraksi (*attractiveness*). Dalam proses komunikasi, Budiman juga menjalankan peran sebagai politikus. Selain Budiman, ada juga komunikator profesional yang merupakan bagian dari komponen komunikator. Komunikator profesional itu antara lain Andi Tabacina dan Abshar yang berasal dari Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Luwu Timur.

Kendala yang dihadapi dalam menyukseskan program membangun Luwu Timur tanpa APBD ada dua, yakni kebijakan internal perusahaan dan kendala dalam proses komunikasi. Kendala kebijakan dipengaruhi dari kesesuaian antara program CSR perusahaan dengan Pemkab Luwu Timur, serta kemampuan keuangan perusahaan. Sementara kendala komunikasi untuk khalayak korporasi lebih pada keterbatasan kuantitas tim yang aktif dan untuk khalayak publik lebih kepada belum massifnya penyebaran informasi yang dilakukan Pemkab Luwu Timur.

REFERENSI (After 3 pt)

- 1 Bappeda. 2021. *Handbook RPJMD Luwu Timur 2021-2026*. Vol. 004. Luwu Timur: Bappeda Luwu Timur.
- 2 Brian McNair. 2016. *Pengantar Komunikasi Politik*. Jakarta: Nusamedia.
- 3 Hasmawati, Fifi. 2020. "Karakteristik Komunikator Yang Efektif Dalam Komunikasi Antar Pribadi." *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kebumasan (JKPI)* 4(2):69–95. doi: 10.19109/jkpi.v4i2.7315.
- 4 Koranseruya.com. 2021. "Gandeng 14 Perusahaan Untuk Pembangunan RTH, Taman CCLT Akan Jadi Icon Baru Luwu Timur." *Koranseruya.Com*.
- 5 Njoko, Vellycia. 2018. "Strategi Komunikasi Politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi Dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Berkarakter." *Jurnal E-Komunikasi* 6(1):1–11.
- 6 Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 7 Sindonews.com. 2021. "PT Vale Ambil Bagian Pembangunan Bundaran Batara Guru." *Koran Sindo Makassar*.
- 8 Tekape.co. 2022. "Program Inspiratif Kader PDIP Dari Ujung Timur Sulawesi Selatan."
- 9 Wartalutim. 2021. "Dukung RTH Pemda, Bank Sulselbar Tata Lapangan Merdeka Malili." *Warta Lutim*. Retrieved (<https://warta.luwutimurkab.go.id/2021/10/06/dukung-rth-pemda-bank-sulselbar-tata-lapangan-merdeka-malili/%0A>).