

KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DESA JENTAWANG HILIR KECAMATAN KETUNGAU HILIR

Martinus Syamsudin

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kapuas, Jln. Oevank Oeray Nomor 92 Baning
Kota Sintang Email: martinussyamsudin1974@gmail.com

Abstract: *The main problem studied in this study is the Village Development Communication of Jentawang Hilir, Ketungau Hilir District. The objectives to be achieved in this study are to find out, describe and analyze the Village Development Communication of Jentawang Hilir, Ketungau Hilir District. This research method uses qualitative descriptive research with the research techniques used in data collection are observation, interviews and documentation studies with data analysis using descriptive analysis methods. Development Communication is carried out with formal communication that is more directed at vertical, horizontal and diagonal communication and is supported by a notice board and does not yet have communication media in the form of newspapers and radio. As well as Communication Media using the notice board in the village office and the community also listens to radio and reads newspapers, What is done is more focused on the process of aligning perceptions to carry out, the coordination carried out is interpersonal coordination, namely Coordination whose application is between individuals in an effort to convey information intended to achieve a common understanding, so that mutual desires can be achieved.*

Keywords: *Communication; Development and Village*

Abstrak: Pokok permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah Komunikasi Pembangunan Desa Jentawang Hilir Kecamatan Ketungau Hilir. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Komunikasi Pembangunan Desa Jentawang Hilir Kecamatan Ketungau Hilir. Metode penelitian ini menggunakan penelitian peskriptif kualitatif dengan Teknik penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan studi dokumentasi dengan analisis data menggunakan metode analisis deskriptif. Komunikasi Pembangunan dilakukan dengan komunikasi formal yang lebih mengarahkan komunikasi vertical, horizontal dan diagonal dan didukung dengan papan pengumuman dan belum memiliki media komunikasi dalam bentuk koran dan radio. Serta Media Komunikasi dengan menggunakan papan pengumuman yang ada di kantor desa serta masyarakat juga mendengarkan radio dan membaca koran, Yang dilaku lebih fokus pada proses untuk menyamaan persepsi untuk menjalankan, koordinasi yang dilakukan adalah koordinasi antar pribadi yakni Koordinasi yang penerapannya antara pribadi/individu dalam usaha menyampaikan informasi yang dimaksudkan untuk mencapai kesamaan pengertian, sehingga dengan demikian dapat tercapai keinginan bersama.

Kata Kunci: Komunikasi; Pembangunan dan Desa

PENDAHULUAN

Secara geografis Desa Jentawang Hilir Kecamatan Ketungau Hilir dilewati garis khatulistiwa dimana rata-rata

daerahnya memiliki iklim tropis, dan penduduknya sebagian besar bermukim dipedesaan, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk bermata

pencarian dibidang pertanian. yang pada Desa Jentawang Hilir Kecamatan Ketungau Hilir juga memiliki daerah pertanian/persawahan yang cukup luas, baik yang sudah dimanfaatkan maupun yang belum dimanfaatkan. Kondisi yang demikian menunjukkan bahwa masyarakat di Desa Jentawang Hilir Kecamatan Ketungau Hilir melakukan pekerjaan berbagai jenis, pada umumnya bermata pencarian mereka adalah bertani, buruh dan pedagang.

Kehidupan manusia di dunia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi karena komunikasi merupakan bagian dari sistem kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Aktivitas komunikasi dilakukan sejak manusia ada dan tidak ada manusia hidup tanpa komunikasi dengan orang lain, karena komunikasi yang dilakukan oleh manusia adalah agar apa yang menjadi keinginan dan menjadi pikirannya dapat ditransfer kepada orang lain sehingga terjadi proses penyatuan persamaan persepsi untuk melakukan aktivitas berpikir. Oleh karena itu komunikasi secara umum adalah pemindahan dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Pemindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang dipergunakan dalam pembicaraan dengan orang lain selama kontak berlangsung.

Komunikasi akan berhasil apabila pengirim pesan dan penerima pesan sama-sama mencapai pengertian dan kesimpulan yang sama sesuai dengan yang dimaksudkan, tentang apa yang sebenarnya diinformasikan. Untuk itu sangat diperlukan keterampilan dalam

pemakaian bentuk-bentuk komunikasi dari pimpinan sehingga mudah dimengerti, dipahami dan dilaksanakan oleh Pegawai baik yang ada di dalam kantor maupun pegawai yang melayani di lapangan. Pelaksanaan komunikasi yang baik akan berimbas pada jelasnya instruksi, perintah dan arahan pimpinan sehingga pelaksanaan pekerjaan lebih efisien.

Desa merupakan kesatuan masyarakat kecil seperti sebuah rumah tangga yang besar, yang dipimpin oleh anggota keluarga yang paling dituakan atau dihormati berdasarkan garis keturunan. Pola hubungan dan tingkat komunikasi pun masih sangat rendah, terutama di pedesaan terpencil dan pedalaman. Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2016, merupakan self community, yaitu komunitas yang mengatur dirinya sendiri. Dengan pemahaman bahwa desa memiliki kewenangan untuk mengurus dan mengatur kepentingan masyarakatnya sesuai dengan kondisi dan social budaya setempat, posisi desa yang memiliki otonomi asli sangat strategis sehingga memerlukan perhatian yang seimbang terhadap penyelenggaraan otonomi daerah. Hal tersebut dengan otonomi desa yang mempengaruhi secara signifikan perwujudan dan otonomi daerah.

Komunikasi adalah instrumen yang digunakan manusia dalam berinteraksi dengan sesama, baik dalam kehidupan sehari-hari ataupun dalam lingkungan kerja. Dalam lingkungan kerja komunikasi merupakan alat yang berfungsi sebagai penghubung serta pembangkit motivasi antar setiap karyawan sehingga sebuah kantor dapat berjalan maju. Proses

komunikasi yang efektif merupakan syarat terbinanya kerja sama yang baik untuk mencapai tujuan suatu perusahaan (Sariani, 2019:115).

Strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi. Tujuan strategi komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku (Dwijowijoto, 2004:72). Sedangkan menurut Widjaja (2002:66-67) tujuan komunikasi yaitu untuk menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

Istilah komunikasi berasal dari bahas latin communis yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata communico yang artinya membagi (Hafied, 2013:33). Komunikasi adalah interaksi antara dua orang atau lebih dalam proses penyampaian pesan, baik itu berbentuk ide, gagasan, pemikiran dan perasaan agar dapat dipahami dan mendapatkan timbal balik (Muslimin & Maswan, 2017:8). Menurut Lawrence D. Kincaid dalam bukunya Cangara Hafied yang berjudul perencanaan dan strategi komunikasi mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Hafied, 2013:33).

Pentingkan komunikasi dalam kehidupan sosial, budaya, pendidikan dan politik sudah disadari oleh para

pendekawan sejak Aristoteles hanya berkisar pada retorica dalam lingkungan kecil. Diantara para ahli sosiologi, ahli psikologi dan ahli politik di Amerika Serikat, yang menaruh minat pada perkembangan komunikasi. Menurut Carl I Hovland (Effendy, 2011: 10) “komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap”.

Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (Public opinion) dan sikap publik (publik attitude) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri Hovland (Effendy, 2011:12) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan perasaan yang disadari, sebaliknya komunikasi akan gagal apabila sewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol (Lubis, 2018:1). William I. Loren Anderson (Mulyana, 2005:5-30), mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi 4 yaitu:

a) Sebagai komunikasi social

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh

kebahagian, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

b) Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Misalnya ibu menunjukkan rasa kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

c) Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai rites of passage, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan dan siraman, dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

d) Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumen mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Menurut Hafied (2013:34-35) beberapa unsur-unsur penting dalam komunikasi yaitu adanya sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik dan lingkungan. 1) Sumber adalah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain: komunikator, pengirim atau dalam

bahasa inggris disebut Source, sender atau encoder. 2) Pesan adalah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk tertulis maupun lisan maupun non-verbal yang bisa dimengerti oleh penerima. pesan biasa diartikan dengan kata message, content. 3) Media adalah alat yang digunakan untuk mentransfer pesan dari sumber kepada penerima antara lain. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mencakup poster, brosur, buku, spanduk, bulletin, stiker dan sebagainya. 4) Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa inggris penerima biasanya disebut dengan nama receiver, audience, atau desoder. 5) Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan, pengaruh biasa disebut dengan nama akibat. 6) Umpan balik adalah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang bertanggung jawab bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Dalam bahasa inggris umpan balik sering disebut dengan istilah feedback, reaction, response. 7) Lingkungan adalah situasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi, lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya,

psikologis, dan dimensi waktu. Komunikasi adalah bagian dari keseharian dalam kehidupan. Sederhananya selama manusia masih membutuhkan manusia lainnya untuk memenuhi hajat hidupnya, selama itu pula peristiwa komunikasi akan tetap ada (Masruri, 2022:11). Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2011:32).

Strategi komunikasi adalah suatu proses komunikasi atau cara perumusan terhadap suatu hal yang telah ditetapkan oleh suatu lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan secara optimal. Menurut Rogers dalam bukunya Cangara Hafied yang berjudul perencanaan dan strategi komunikasi bahwa memberi batas pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Hafied, 2013:61).

Sedangkan Menurut Middleton dalam bukunya Cangara Hafied yang berjudul perencanaan dan strategi komunikasi, membuat definisi dengan menyatakan "strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. (Hafied, 2013:61).

Dalam konteks komunikasi, Arifin (Abdulah, 2009:10) menyatakan strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengalih semua kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam menciptakan efektivitas komunikasi. Dalam merumuskan masalah strategi komunikasi ada lima faktor yang harus diperhatikan yaitu sebagai berikut:

- a. Mengenal khalayak, mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif.
- b. Menyusun pesan, berarti menentukan tema dan materi. Dan syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian.
- c. Menetapkan metode, dalam dunia komunikasi pada metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu pelaksanaannya dan bentuk isinya.
- d. Pemilihan media, dalam menciptakan komunikasi yang efektif pemilihan media memiliki peran penting.
- e. Peranan komunikator, dalam proses komunikasi antara komunikator dan komunikan, peran komunikator sangat menentukan bagi diterimanya pesan yang disampaikan khalayak.

Menurut Effendy (2005:32) menyatakan bahwa ada tiga tujuan dalam strategi komunikasi sebagai berikut: 1) *To secure understanding* yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam komunikasi. 2) *To establish acceptance* yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik. 3) *To motivate action* yaitu kegiatan di motivasikan, dan karena

itu maka strategi komunikasi sedangkan menurut Liliweri (2011:240) selalu dihubungkan dengan: a) Siapa yang bicara. b) Maksud apa yang dibicarakan. c) Pesan apa yang harus disampaikan pesan kepada seseorang. d) Bagaimana mengukur dampak pesan tersebut.

Strategi komunikasi (Effendy, 2003:82) menyatakan bahwa “strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (communication planning), dan manajemen (communication management) untuk mencapai suatu tujuan”.

Menurut Liliweri (2011:256), prinsip-prinsip dan strategi komunikasi juga berperan penting dalam penerapan strategi komunikasi. Prinsip-prinsip tersebut yaitu:

- 1) *Integrate*, adalah proses untuk menggabungkan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan satu program komunikasi.
- 2) *Straight forward*, katakanlah ini pada semua orang, kejujuran menyertai perjalanan kita. Inilah perjuangan masa depan.
- 3) *Succinct*, adalah pesan strategis, umumnya pendek dan sederhana. Target-segmen yaitu tetapkan segmen yang akan menjadi sasaran.
- 4) *Personalia*, adalah bantuan para pekerja untuk mengerti dampak personal pernyataan yang esensi dan setiap komunikasi membutuhkan jawaban “apa yang saya dapat dari komunikasi ini”.
- 5) *Memorable*, adalah buatan ukuran terhadap hasil komunikasi yang akan kita lakukan, misalnya para pekerja dapat melakukan kegiatan komunikasi 100 kali setiap hari.

- 6) *Multimedia*, yaitu dengan menggunakan metode dan media massa yang bervariasi, depertemen pemasaran anda dapat mengerjakan anda tentang komunikasi dengan media ini.
- 7) *Be realistic*, yaitu hendaklah realistis, tentukan dimsts tempat bagi orang-orang yang akan bertemu dengan anda.
- 8) *Be result*, adalah orientasi kerja komunikasi yang efektif.

Pada bagian akhir dan strategi komunikasi tersebut, terdiri dari 4 tahapan/jenis kegiatan yaitu:

- 1) Mendukung komunikasi terutama pada level kepemimpinan
- 2) Melengkapi sumber daya
- 3) Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi
- 4) Melibatkan staff pada semua level untuk memberikan dukungan dan integrasi Komunikasi dalam masyarakat itu sangat penting untuk mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas.

Menurut Hasan (2005) komunikasi dalam masyarakat memerlukan aspek:

- a. Pemaknaan komunikasi masyarakat
Pemaknaan komunikasi masyarakat dalam rangka menciptakan persepsi yang sama dalam menghindari kesalahpahaman.
- b. Komunikasi dan akulturasi
Komunikasi dan akulturasi dalam rangka penyesuaian pemahaman diri dengan lingkungan tempat berada.
- c. Mempermudah akulturasi melalui komunikasi
Komunikasi dapat mempermudah dalam penyesuaian diri dengan menerima dan memberi pola interaksi serta aturan dalam berkomunikasi.

d. Perubahan masyarakat dan organisasi pemerintah

Komunikasi dapat membangun perubahan masyarakat dan penyesuaian organisasi pemerintah secara setara.

e. Perubahan sikap dan karakter aparatur pemerintah

Komunikasi membangun perubahan sikap karena kondisi yang selalu berubah dan berkembang baik pada masyarakat maupun pada aparatur pemerintah.

Hambatan komunikasi dalam organisasi terjadi pada setiap pola komunikasi yang ada, yaitu komunikasi dari atas kebawah atau sebaliknya, komunikasi kesamping, dan komunikasi diagonal (Azainil: 2004:20). Menurut Ruslan (2008: 9-10) hambatan-hambatan komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Hambatan dalam proses penyampaian (*Sender Barries*) ; Hambatan di sini bisa datang dari pihak komunikatornya yang mendapat kesulitan dalam menyampaikan pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal.
- b. Hambatan secara fisik (*Phsyscial Barries*) ; Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem pengeras suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah/seminar/pertemuan.
- c. Hambatan semantik (*Semantik Pers*) ; Hambatan ini yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang.

d. Hambatan sosial (*Sychossial Noles*) ; Hambatan adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi, dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda.

Hambatan-hambatan yang timbul dalam pelaksanaan komunikasi kepala desa salah satunya yaitu kepala desa jarang mendekati diri dengan masyarakat kurang berbaur dengan mereka bukan hanya dapat berkomunikasi dalam acara-acara yang dilaksanakan oleh desa tapi bisa berkomunikasi dimana saja.

Didalam komunikasi organisasi terdapat hambatan dari proses komunikasi dimana hambatan tersebut dapat berupa hambatan dari pengiriman pesan,. Hambatan dalam penyandian, hambatan dari penerima pesan, dalam hambatan dalam memberikan balikan (Gori dkk, 2020:120). Menurut (Azainil: 2004:21) bahwa hambatan komunikasi terdapat faktor-faktor dan kondisi yang mempengaruhi kelancaran arus informasi dan komunikasi dalam organisasi pemerintahan desa dapat dilihat dari 10 aspek yaitu: Pengetahuan, Ketrampilan, Persepsi, Bahasa, Emosi, Perhatian, Umur, Gaya komunikasi, Kreadibilitas dan Prasangka.

Perilaku komunikasi dapat diamati melalui komunikasi dan tingkah laku seseorang yang berdasarkan pada kondisi, yaitu tindakan mengenal atau memikirkan seseorang terlibat langsung dalam situasi itu dan memperoleh wawasan untuk pemecahan masalah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini Penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai peristiwa realitas yang tengah menjadi di masyarakat, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambar tentang kondisi, situasi apapun peristiwa tertentu (Bungin, 2006:68)

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, adapun yang menjadi subjek penelitian yakni sebagai berikut; Kepala Desa Jentawang Hilir, Kepala Dusun Jentawang Hilir, Ketua BPD Jentawang Hilir dan Beberapa Masyarakat Desa Jentawang Hilir.

Adapun alat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pedoman wawancara, panduan observasi, dan dokumentasi.

Analisis data adalah proses penyajian data yang telah diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, seluruh data dikaji dengan disusun dan semua informasi akan diinformasikan kepada orang lain. Setelah semua data terkumpul maka, data tersebut akan di susun, diorganisasikan, dijabarkan, dianalisis dan disusun sesuai dengan pola, melakukan sintesa, dan memilih data yang akan diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2012:224).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peran media komunikasi sangatlah penting untuk menggali informasi yang berhubungan dengan hal-hal yang baik atau positif bagi masyarakat. Peran penting

dari media komunikasi digunakan untuk memberikan pengertian mengenai opini publik, keluhan masyarakat, memperoleh informasi mengenai kegiatan dan pelaksanaan program kerja pemerintrah, sehingga apa yang menjadi ide, saran, pendapat, tanggapan maupun kritiknya dapat diterima dengan lapang dada, dan hati terbuka oleh pemerintrah.

Desa Jentawang Hilir Kecamatan Ketungau Hilir juga ada Komunikasi yang bentuk komunikasi silang yakni komunikasi berlangsung dari seseorang kepada orang lain dalam posisi desa yang berbeda. Dalam arti pihak yang satu tidak berada pada jalur struktur yang lain. Fungsi komunikasi diagonal digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain.

Komunikasi informal secara umum merupakan komunikasi antara orang yang ada dalam suatu organisasi, akan tetapi tidak direncanakan atau tidak ditentukan dalam struktur organisasi. Disampaikan juga bahwa fungsi komunikasi informal adalah untuk memelihara hubungan sosial persahabatan kelompok informal, penyebaran informasi yang bersifat pribadi dan privat seperti isu, opini atau rumor. Komunikasi informal biasanya timbul melalui rantai kerumunan di mana seseorang menerima informasi dan diteruskan kepada seseorang atau lebih dan seterusnya sehingga informasi tersebut tersebar ke berbagai kalangan. Implikasinya adalah kebenaran informasi tersebut menjadi tidak jelas atau kabur. Meski demikian komunikasi informal akan untuk memenuhi kebutuhan sosial, mempengaruhi orang lain, dan mengatasi

kelambatan komunikasi formal yang biasanya cenderung kaku dan harus melalui berbagai jalur terlebih dahulu.

Proses komunikasi yang berada di antara yang formal atau resmi dengan yang tidak resmi atau informal. Komunikasi jenis ini biasanya berupa komunikasi yang berhubungan dengan hubungan pribadi. Komunikasi informal adalah komunikasi yang terjadi diluar dan tidak tergantung pada herarki wewenang. Komunikasi informal ini timbul karena adanya berbagai maksud, yaitu Pemuasan kebutuhan manusiawi, Perlawanan terhadap pengaruh yang monoton dan membosankan, Keinginan untuk mempengaruhi perilaku orang lain, Sumber informasi hubungan pekerjaan.

Media dalam komunikasi yang dilakukan mendengarkan radio, menonton televisi dan membaca Koran untuk memperoleh informasi pembangunan secara umum namun informasi untuk pembangunan yang ada di desa mereka karan belum ada media seperti radio kumunitas atau koran desa mereka hanya mendapatkan dalam bentuk komunikasi langsung dari perangkat desa dengan cara mengumpulkan di balai desa. Desa Jentawang Hilir Kecamatan Ketungau Hilir memiliki media komunikasi sebagai prasarana komunikasi dan informasi yakni ; Warnet (Warnet Masuk Desa), Sinyal Telepon Seluler, Radio, Televisi/Parabola dan Papan Pengumuman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Komunikasi Pembangunan dilakukan dengan komunikasi formal yang lebih mengarahkan komunikasi vertical, horizontal dan diagonal dan didukung dengan papan pengumuman dan belum memiliki media komunikasi dalam bentuk koran dan radio. Serta Media Komunikasi dengan menggunakan papan pengumuman yang ada di kantor desa serta masyarakat juga mendengarkan rodio dan membaca koran, Yang dilaku lebih fokus pada proses untuk menyamaan persepsi untuk menjalankan, koordinasi yang dilakukan adalah koordinasi antar pribadi yakni Koordinasi yang penerapannya antara pribadi/individu dalam usaha menyampaikan informasi yang dimaksudkan untuk mencapai kesamaan pengertian, sehingga dengan demikian dapat tercapai keinginan bersama.
2. Penulis menyarankan komunikasi perlu didukung dengan media yang lebih cocok dan dimasa yang akan datang agar yang sudah ada dapat digunakan secara maksimal, sehingga dapat memantau program pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah agar lebih dimaksimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. I.A. 2009. Manajemen Konferensi dan Event. Yogyakarta: Gajah Mada University Press Effendy. O.U. 2006. Ilmu Komunikasi, Teori dan praktek. Bandung: Rosdakarya.

- Amirin. 1990. Menyusun Rencana Penelitian. Jakarta: Rajawali Press.
- Azainil. 2004. Analisis Hambatan Komunikasi Oranisasi Pemerintah Desa di Kabupaten Bogor. Jurnal Falkultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Unversitas Nulawaman Samarinda 75123. Vol. 1. No. 2. Hlm 20-25.
- Bungin.B. 2006. Metodologi penelitian kualitatif. Jakarta: Raja grafindo.
- Dwijowijoto. R.N. 2004. Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo Kelompok Geamedia.
- Gaol. I. W. L. 2022. Strategi Komunikasi Kepala Desa dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat di Desa Pollung Kecamatan Pollung Kabupaten Hubang Hasundutan. Skripsi Universitas Medan.
- Gori. F., Simamora. P.R., & Medan. U. D. A. 2020. Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Kepala Desa Marao Kecamatan Ulanoyo Kabupaten Nias Selatan. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi. Vol. 5. N0. 2.
- Hafied.C. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hasan. E. 2005. Komunikasi Pemerintah. Bandung: Reflika Aditama.
- Iskandar. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gaung Persada.
- Jinan. R., Hidayat. S., & Saepudin. 2021. Strategi Kepala Desa Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai di Kantor Desa Nagara Kecamatan Kibin Kabupaten Sintang. Junal Universitas Bina Bangsa. P-ISSN 2808-4594.
- Kadir. A., Salahudin., & Mulyawan. W. 2022. Upaya Kepala Desa Dalam Meningkatkan Kinerja Perangkat Desa di Bada Renda Kecamatan Woho Kabupaten Bima. Jurnal Penelitian Pengabdian Masyarakat Indonesia. Vol. 1. No. 2.
- Liliweri.A. 2011. Komunikasi Serba ada Serba Makna. Jakarta: Kencana.
- Lubis. A.F. 2018. Strategi Komunikasi Pemerintahan Desa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan (Studi di Desa Batahan Kecamatan Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal). Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Masruri. A. 2021. Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Meningkatkan Produktivitas Aparatur Desa di Desa Batujai Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah. Skripsi Universilas Islam Negeri (UIN) Mataram.
- Muslimin. K. & Maswan. 2017. Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi Depan Publik. Yogyakarta: Lingkar Media.
- Mulyana. 2005. Dinamika Komunikasi Jilid III, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurul. I.H.A., & Rahmat. D. 2020. Strategi Komunikasi Kepala Desa dalam Meningkatkan Kesadaran Gotong Royong. Jurnal ATSAR UNISA. Vol. 1. No. 2.
- Pasolong. H. 2010. Teori Administrasi Publik. Bandung: Alfabeta.
- Prabu.A. 2014. Evaluasi Kinerja SDM. Bandung: Refika Aditama.
- Rival. V. 2005. Performance Appraisal. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Ruslan.R. 2008. Manajemen Public Relation & Media Komunikasi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sariani. N.L.P. 2019. Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di BHR Law Office. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis. Vol. 4. No. 2.
- Sedarmayanti. 2012. Good Governance “Kepemerintahan Yang Baik”. Bandung: X Maju Mundur Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.
- Syafie. K.I. 1999. Ilmu Administrasi Publik. Jakarta Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. Penerbit alfabeta.
- Wattimena. D. Tiwery . C. J. Unenor. N. 2023. Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Membentuk Citra Positif di Desa Silibata-Bata Kecamatan Aru Tengah Kabupaten Aru. Jurnal BADATI Ilmu Sosial Dan Humaniora. Vol 8. No 1.
- Widjaja. A.W. 2002. Komunikasi: Komunikasi & Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Askara.