

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PADA PROGRAM
PEMBERDAYAAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Deskriptif Pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten
Banyumas)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Putri Ayu Pramesella

NIM 17107030026

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Putri Ayu Pramesella

Nomor Induk : 17107030026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 13 Desember 2021

Yang Menyatakan,



Putri Ayu Pramesella

NIM. 17107030026



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Putri Ayu Pramesella
NIM : 17107030026
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PADA PROGRAM
PEMBERDAYAAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Deskriptif Pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten
Banyumas)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian, atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 23 Desember 2021
Pembimbing

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-86/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PADA PROGRAM
PEMBERDAYAAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Deskriptif Pada
Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PUTRI AYU PRAMESELLA
Nomor Induk Mahasiswa : 17107030026
Telah diujikan pada : Rabu, 12 Januari 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
SIGNED



Penguji I

Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 61e12ed119d7d



Penguji II

Drs. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61f0f99b6ee33



Yogyakarta, 12 Januari 2022

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61f214f261b36

HALAMAN MOTTO

“In Life, One Must Be Determined and Not Just Go With The Flow”

Kim Namjoon



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada

Almamater Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



KATA PENGANTAR

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ

اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, karena atas ridho dan rahmat-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan karya ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi. Sholawat serta salam semoga tercurah kan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di hari akhir kelak.

Skripsi ini merupakan kajian mengenai Strategi Komunikasi Pembangunan Pada Program Pemberdayaan UMKM yang dijalankan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas pada periode 2020-2021. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., Msn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Lukman Nusa, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan bimbingan serta dukungan penulis selama masa perkuliahan.
4. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah membantu memberikan arahan, saran, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi penulis hingga selesai.
5. Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M.A. selaku dosen penguji 1 dan Drs. Bono Setyo, M.Si. selaku dosen penguji 2 yang telah berkenan memberikan masukan, saran dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik
6. Kepada Bapak L. Krismanto dan Ibu Margiati dari Bidang UMKM Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas yang telah meluangkan waktu dan memberikan yang berkenan membantu peneliti memberikan data penelitian, serta kepada Prof. Ir. Irfan Dwidya Prijambada, M.Eng., Ph.D., Ibu Samirah dan Bapak Rohmat yang telah berkenan menjadi narasumber triangulasi.
7. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan Civitas Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibunda penulis, atas segala pengorbanan, kasih sayang, begitupun dukungan moril dan materil yang tak pernah putus diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan.

9. Kepada saudara kandung penulis yakni Shinta Ayu Utami, S. Pd. dan Akbar Nur Kholis yang juga banyak membantu dan memberikan dukungan motivasi sehingga penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman yang berkenan mendengarkan keluhan, memberikan masukan, juga dukungan moral kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi, Adin Iyan Azhari khususnya, dan teman-teman Ikom A 2017 umumnya.
11. Tidak lupa, kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook, terima kasih atas karya musiknya yang selalu memberikan hiburan dan menjadi *moodbooster* disaat peneliti lelah hingga peneliti akhirnya bisa menyelesaikan naskah skripsi ini.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan, semoga kita senantiasa dalam lindungan Allah SWT.

Yogyakarta, 22 November 2021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Putri Ayu Pramesella

NIM: 17107030026

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Tinjauan Pustaka	13
F. Landasan Teori	19
G. Kerangka Pemikiran	31
H. Metodologi Penelitian	32
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Banyumas	41
B. Deskripsi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Banyumas	43
C. Dasar Hukum dan Visi Misi	45
D. Struktur Organisasi	47
E. Bidang UMKM	47
F. Standar Pelayanan UKM	51
G. Kegiatan Bidang UMKM	54
H. Kondisi UKM Banyumas	55
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Program Pemberdayaan UMKM Selama Pandemi COVID-19	57
B. Strategi Komunikasi Pembangunan Dinnakerkop UKM Banyumas	67

1. <i>Media Based Strategy</i>	69
2. Strategi Desain Instruksional	77
3. Strategi Partisipatori	94
4. Strategi Pemasaran	100
C. Upaya Pemberdayaan UMKM Dinakerkop UKM Banyumas	107
1. <i>Enabling</i>	108
2. <i>Empowering</i>	112
3. <i>Protecting</i>	114
D. Strategi Komunikasi Pembangunan dari Aspek Pemberdayaan	118
1. <i>Media Based Strategy</i> dilihat dari 3 aspek pemberdayaan	118
2. Strategi Desain Instruksional dilihat dari 3 aspek pemberdayaan	119
3. Strategi Partisipatori dilihat dari 3 aspek pemberdayaan	120
4. Strategi Pemasaran dilihat dari 3 aspek pemberdayaan	120
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	121
B. Saran-Saran	122
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I : Data Jumlah Penerima Bantuan BPUM.....	7
Tabel 2 : Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 31 : Program Pemberdayaan UMKM Dinnakerkop UKM Banyumas dari Oktober 2020-Agustus 2021	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Sektor Utama yang Paling Terimbas COVID-19	2
Gambar 2 : Perbandingan Aset UMKM Sesudah dan Sebelum Pandemi.....	4
Gambar 3 : Perbandingan Omset UMKM Sesudah dan Sebelum Pandemi	5
Gambar 4 : Rekapitulasi UMKM Sesudah dan Sebelum Pandemi	6
Gambar 5 : Kerangka Pemikiran	31
Gambar 6: Logo Dinnakerkop UKM Banyumas	44
Gambar 7: Struktur Organisasi Dinakerkop UKM Banyumas	47
Gambar 8 : Foto Wawancara Ibu Sumirah Melalui Media WhatsApp	72
Gambar 9 : Artikel Berita Dinnakerkop UKM Banyumas	74
Gambar 10 : Kegiatan Peresmian Galeri Ruang Promosi.....	75
Gambar 11 : Konten Youtube Dinnakerkop UKM Banyumas	76
Gambar 12 : Website Dinnakerkop UKM Banyumas.....	77
Gambar 13 : Foto Wawancara Bapak Rohmat Melalui Media WhatsApp.....	99
Gambar 14 : Produk UMKM di Indomaret Purwokerto Barat Banyumas.....	103
Gambar 15 : Produk UMKM di Indomaret Karanglewas Banyumas	103
Gambar 16: Galeri Ruang Promosi Dinnakerkop UKM Banyumas	137
Gambar 17 : Promosi Produk UMKM Melalui IG @aspikmas.....	138

ABSTRACT

Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in supporting national economic growth. The MSME sector has been particularly hard hit by the COVID-19 pandemic, which experiences a decrease in income - 2.93%. The significant challenges faced by MSMEs during the COVID-19 pandemic are the decrease in public demand for MSME products and services. The existence of these problems requires a development communication strategy is needed to increase the independence of MSMEs in the pandemic era. This study used a qualitative approach. The data collection technique consisted of observation, interview, and documentation.

This study showed that the communication strategy used by the Department of Manpower, Cooperative, and SME of Banyumas Regency in the MSME empowerment program has been in following the AED communication strategy, and The three aspects of empowerment effort, namely enabling, empowering, and protecting. MSME empowerment was conducted by various training and coaching activities. This program was disseminated through social media and local media. The empowerment program had been run effectively and received a positive response from society.

Keywords: MSMEs, Development Communication Strategy, Empowerment, COVID-19 Pandemic

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

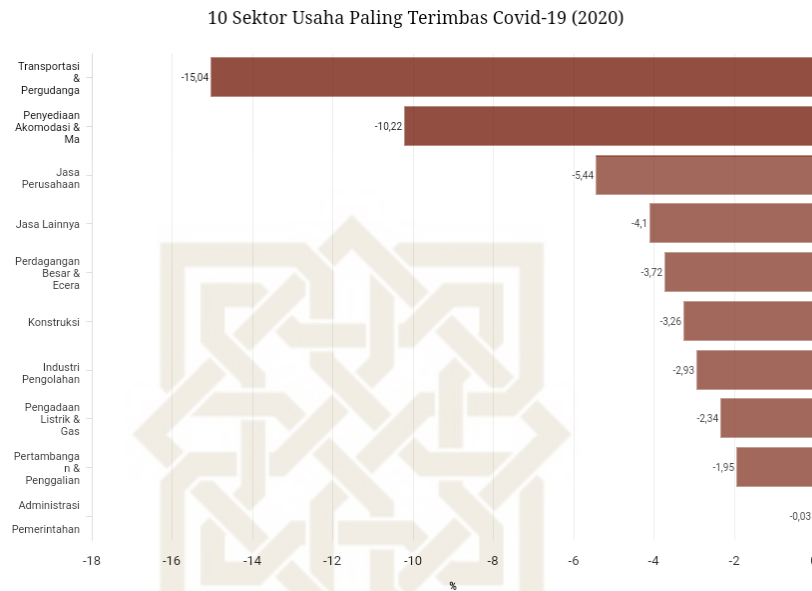
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Penyebaran wabah COVID-19 mengharuskan pemerintah di seluruh dunia mengeluarkan kebijakan untuk membatasi aktivitas di luar rumah warga negaranya. Kebijakan tersebut berdampak kuat pada keseimbangan internal maupun keseimbangan eksternal seluruh negara. Selanjutnya berdampak pada perekonomian nasional sehingga menyebabkan perekonomian Indonesia khususnya Jawa Tengah tidak tumbuh sesuai kapasitasnya.

Perlambatan pertumbuhan terjadi pada seluruh sektor utama yaitu yang paling terdampak adalah sektor transportasi dan penyimpanan (perdagangan), yang mana pertumbuhannya melambat menjadi 15,04%. Hal ini dikarenakan keterbatasan gerak atau mobilitas untuk mencegah penyebaran wabah Covid-19. Angkutan udara (53,01%) dan angkutan kereta api (42,34%). Sektor lainnya yang paling terimbas pandemi adalah penyedia akomodasi makanan minuman (-10,22%), jasa pengusaha (-5,44%), dan penyedia jasa lainnya (-4,1%). Atas hal tersebut berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat produk domestik bruto (PDB) per kapita Indonesia pada tahun 2020 sebesar 56,9 juta. Angka tersebut turun sebanyak 3,7% dibandingkan PDB per kapita 2019 yang mencapai 59,1 juta (Jayani, 2021).

Gambar 1.
Sektor usaha paling terimbas COVID-19 Tahun 2020



Sumber: databoks.katadata.co.id. Diakses pada 03 Agustus 2021 Pukul

22:04 WIB

Meskipun sektor industri pengelolaan hanya turun sebanyak -2,93% namun imbasnya sangat berdampak bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN/Bappenas) Suharso Monoarfa, Wagub menyampaikan sejak pandemi COVID-19 lebih dari 3.000 UMKM di berbagai daerah di Jawa Tengah terdampak pandemi. Dari ribuan UMKM tersebut, sebanyak 69% UMKM makanan dan minuman, sedangkan sisanya UMKM fashion, jasa, pertanian, dan kerajinan (Bintoro, 2020).

Tantangan utama yang dihadapi UMKM pada masa pandemi COVID-19 yaitu pertama, akses keuangan dan pembiayaan. UMKM cenderung untuk mempunyai permasalahan dalam arus kas dan beban piutang yang tinggi,

karena biaya produksi harus dikeluarkan segera, tetapi pembayaran diterima di kemudian hari dengan jeda yang cukup lama. Kendala tersebut membuat banyak UMKM yang akhirnya memilih untuk berhutang atau membuat pinjaman dengan lembaga koperasi daerah, bank dan lainnya agar usaha mereka bisa tetap berjalan.

Kedua, akses terhadap bahan baku. Mulai dari rantai pasok global, yang mengalami disrupsi akibat dari usaha pencegahan penyebaran COVID-19, dan dari manajemen rantai pasok UMKM yang bergantung pada pemasok tunggal menyebabkan banyak usaha yang tidak lagi mampu mendapatkan bahan baku yang cukup, karena pemasok juga mengalami kesulitan. Serta terkait dengan pembiayaan pasokan bahan produksi. UMKM tidak lagi mempunyai kemampuan untuk membeli bahan baku yang dibutuhkan. Apalagi mengingat mereka harus menutupi modal kerja yang dibutuhkan untuk dapat memasok pasar.

Ketiga, akses tenaga kerja dan sumber daya manusia (SDM). Banyak UMKM yang masih mengandalkan pola pikir dan budaya kerja berlandaskan kekeluargaan, serta kualitas SDM masih terkendala pola rekrutmen yang tertutup. Keempat, akses terhadap pasar dan permintaan. Pandemi global COVID-19 telah menurunkan aktivitas dan pertumbuhan ekonomi baik nasional maupun global. Ini berdampak pada turunnya permintaan masyarakat termasuk untuk produk dan jasa yang dihasilkan oleh UMKM. Dengan demikian penurunan permintaan dan rendahnya likuiditas yang tidak disertai

akses pasar dan bahan baku yang memadai akan membuat UMKM rentan untuk tidak dapat bertahan lama dan bangkrut (Damuri, 2020).

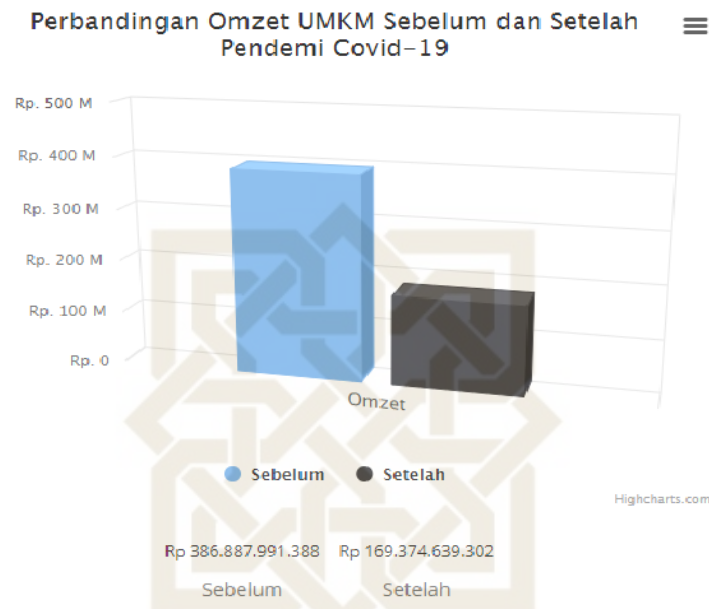
Permasalahan tersebut berdampak pada penurunan pemasukan UMKM. Hal tersebut dilihat dari perbandingan aset dan omset keseluruhan UMKM sebelum pandemi COVID-19 di Jawa Tengah. Sebelumnya aset yang dimiliki pelaku UMKM seluruhnya mencapai Rp 762.563.756.892, namun setelah adanya pandemi turun menjadi Rp 640.840.883.985. Kemudian dari segi omset mengalami penurunan yang cukup signifikan, dimana sebelumnya omset UMKM dapat mencapai Rp 386.887.991.388 akibat adanya pandemi kini turun menjadi Rp 169.374.639.302 ter-update 09/08/2021 (Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah, 2021).

Gambar 2
Diagram Perbandingan Aset UMKM Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19



Sumber: dinkop-umkm.jatengprov.go.id. Diakses pada 09 Agustus 2021 pukul 16:17 WIB

Gambar 3
Diagram Perbandingan Omzet UMKM Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19



Sumber: dinkop-umkm.jatengprov.go.id. Diakses pada 09 Agustus 2021 pukul 16:17 WIB

Adapun gambar rekapitulasi dari segi aset, omzet, tenaga kerja, dan hutang UMKM kategori makanan/minuman, *fashion*, *handycraft*, dan lain-lain sebelum dan sesudah pandemi COVID-19. Berdasarkan tabel rekapitulasi dari segi aset, omzet, dan tenaga kerja sebagian besar mengalami penurunan. Sedangkan dari hutang banyak yang mengalami kenaikan. Dimana pada UMKM kategori makanan dan minuman dari 28322 UMKM, sebanyak 27215 mengalami penurunan pendapat dan 18584 mengalami kenaikan hutang. Tentunya hal ini sangat memprihatinkan, padahal UMKM memiliki adaptabilitas yang baik terhadap dinamika pasar. Selain itu UMKM juga mampu memberikan manfaat terhadap lingkungan dan sekitarnya, terutama dalam mengurangi tingkat pengangguran.

Gambar 4
Rekapitulasi UMKM Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19

REKAPITULASI UMKM

No.	Kategori	Jumlah UMKM	Aset			Omzet			Tenaga Kerja			Hutang		
			Turun	Tetap	Naik	Turun	Tetap	Naik	Turun	Tetap	Naik	Turun	Tetap	Naik
1	Makanan/Minuman	28322	27215	1100	7	27898	418	6	22467	5835	20	128	9610	18584
2	Fashion	3676	3505	170	1	3570	105	1	2959	715	2	14	1685	1977
3	Handycraft	1114	1097	17	0	1109	5	0	940	174	0	5	395	714
4	Dan Lain-Lain	11207	10494	706	7	10793	410	4	7998	3205	4	41	3904	7262

Sumber: dinkop-umkm.jatengprov.go.id. Diakses pada 09 Agustus 2021 pukul 16:20 WIB

Kabupaten Banyumas merupakan wilayah yang memiliki sekitar 70.000an unit UMKM di bawah naungan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM (Dinnakerkop UKM) Kabupaten Banyumas pada tahun 2019. Namun Sejak COVID-19 merambah di Indonesia pada Maret 2020, Lebih dari setengahnya mengalami kesulitan akibat dampak dari pandemi. Hal tersebut ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah penerima bantuan pemerintah Bagi Pelaku Usaha Mikro (BPUM). Terhitung dari tahap pertama bulan Agustus 2020 sampai tahun Agustus 2021 pemerintah Banyumas terus mengalami kenaikan jumlah penerima bantuan BPUM yaitu sebanyak 51987 UMKM (Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyumas, 2021)

Tabel 1
Data Jumlah Penerima BPUM

Tahun	Jumlah
2020	30616 UMKM
2021	21371 UMKM

Sumber: Dinnakerkop UKM Kabupaten Banyumas 2021

Bantuan BPUM tersebut merupakan salah satu program pemerintah dalam hal pendanaan untuk membantu pelaku UMKM yang mengalami dampak dari adanya pandemi COVID-19. Meskipun sudah ada bantuan dalam hal pendanaan, tentu tidaklah cukup menjaga eksistensi pelaku UMKM di masa pandemi. Perlu adanya program pemberdayaan dalam bentuk pendampingan berupa pembinaan atau pelatihan untuk merubah pola pikir dan membantu UMKM berinovasi agar dapat menyesuaikan kondisi saat ini. Peran pemerintah kabupaten Banyumas melalui Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM menyusun kebijakan dan program kerja yang terkait dengan pemberdayaan dan pengembangan UMKM. Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 3 Tahun 2016 tentang pemberdayaan dan pengembangan UMKM pada pasal 6. Pemberdayaan UMKM dapat dilakukan dalam bentuk:

1. Pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan produksi serta lain-lain jenis pendidikan dan pelatihan yang dapat mendukung pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
2. Membantu penguatan kelembagaan dan usaha;

3. Dukungan kemudahan memperoleh bahan baku dan fasilitas pendukung dalam proses produksi;
4. Pelibatan dalam pameran perdagangan untuk memperluas akses pasar;
5. Pelibatan dalam proses pengadaan barang dan jasa yang dilakukan instansi pemerintah yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Bentuk pemberdayaan UMKM diatas sedikit banyak sudah dilaksanakan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas. seperti pemberdayaan program pelatihan produksi oyek, budidaya maggot, dan pelatihan manajemen usaha. Kegiatan tersebut tentunya untuk meningkatkan potensi masyarakat dari produk yang ada di daerah kabupaten Banyumas, dan memperbaiki manajemen usaha dari UMKM agar lebih bisa mengikuti arus perkembangan pasar yang semakin modern.

Kegiatan Pemberdayaan yang dilakukan Dinnakerkop UKM Kabupaten Banyumas tujuannya untuk meningkatkan taraf perekonomian masyarakat agar dapat merubah keadaan hidupnya yang lebih baik. Dalam Islam juga menjelaskan bahwa manusia dapat merubah keadaan hidupnya sendiri menjadi lebih baik dalam salah satu ayat Al Qur'an yaitu Qur'an surah ar-Ra'd ayat 11 yang berbunyi:

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: "Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah

keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia". (QS. ar-Ra'd [13]: 11) (Tim Penerjemah Karya Toha Putra, 1989).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt menyatakan, tidak akan pernah mengubah keadaan suatu masyarakat kecuali perubahan tersebut di mulai dari diri mereka sendiri, sehingga manusia diminta untuk terus berusaha melakukan perubahan (positif) dalam kehidupannya. Menurut M. Quraish Shihab, bahwa perubahan yang dimaksud pada ayat tersebut terbagi menjadi dua sumber pelaku, yaitu pertama perubahan yang pelakunya yaitu Allah Swt dan kedua perubahan akan keadaan diri manusia meliputi keberanian dan sikap mental yang pelakunya adalah manusia itu sendiri. Hal ini dapat dipahami dari kata *maa bi anfusihim* yang berarti apa yang terdapat dalam diri mereka. Perubahan tersebut akan bisa terjadi jika ada dua unsur pokok yaitu pertama, adanya nilai yang dihayati, kedua adanya iradah (kehendak) dari manusia itu sendiri. Perpaduan antara nilai yang dihayati dan iradah ini dapat menciptakan kekuatan dalam diri manusia untuk terus melakukan sesuatu sehingga apa yang mereka perbuat sering disebut dengan perubahan sosial (Zaeni et al., 2020).

Berbagai program pemberdayaan dilakukan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas sebagai salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan UMKM di masa pandemi ini. Tentunya program pemberdayaan dan pengembangan UMKM ini juga sebagai terobosan untuk UMKM dalam mengubah keadaan mereka sendiri dengan memberikan

inovasi untuk produk daerahnya melalui kegiatan pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja dan UKM Kabupaten Banyumas.

Dalam menyampaikan program-program pemberdayaan, komunikasi menjadi salah satu unsur penting dalam keberhasilan program pemberdayaan itu sendiri. Terlebih komunikasi saat ini sudah memasuki *hypermedia*, dimana komunikasi sangat didukung oleh perangkat teknologi komunikasi. Sehingga dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju ini memudahkan kita untuk berkomunikasi dan mengakses informasi dimanapun dan kapanpun juga secara cepat dan mudah (Purwani, Partini, & W. Peni, 2018).

Komunikasi di era digital ini akan memudahkan kita untuk menyampaikan program pemberdayaan. Serta bisa menjadi peluang untuk berkomunikasi dengan masyarakat yang lebih luas melalui media baru tanpa harus bertatap muka. Tidak hanya perusahaan yang bisa menasar konsumen, namun juga bisa untuk program pemberdayaan masyarakat yang bertujuan mengedukasi (Purwani, Partini, & W. Peni, 2018).

Komunikasi pembangunan yang dilakukan pemerintah bertujuan untuk mensosialisasikan kebijakan-kebijakan pembangunan kepada masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan, sehingga pembangunan yang dilaksanakan berpusat pada rakyat (*people centered development*) yaitu bahwa pembangunan harus berorientasi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dengan demikian pemerintah harus memiliki strategi komunikasi

pembangunan yang tepat untuk menyampaikan program pembangunan. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Banyumas dapat melaksanakan program pemberdayaan kepada UMKM di masa pandemi COVID-19, tentunya tidak lepas dari strategi komunikasi pembangunan yang digunakan agar program tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Atas penjelasan dan masalah-masalah tersebut maka peneliti telah melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Banyumas pada program pemberdayaan UMKM di masa pandemi COVID-19.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Strategi Komunikasi Pembangunan Pada Program Pemberdayaan UMKM di Tengah Pandemi COVID-19 pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Banyumas selama pandemi COVID-19.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dalam hal komunikasi pembangunan, serta bermanfaat sebagai bahan referensi dan pertimbangan bagi peneliti lain khususnya di bidang komunikasi pembangunan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk kedepannya bagi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM agar terus mengembangkan strateginya terkait dengan pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Banyumas.



E. TINJAUAN PUSTAKA

Setelah melakukan beberapa kajian pustaka untuk membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, peneliti mengambil beberapa penelitian yang membahas tentang komunikasi pembangunan diantaranya adalah:

1. Pertama, Jurnal Perspektif Komunikasi Volume 3 No. 2 Tahun 2019 oleh Peinina Ireine Nindatu, Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dan Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta yang berjudul **“Komunikasi Pembangunan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengentasan Kemiskinan”**. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengkaji pelaksanaan pemberdayaan masyarakat sebagai salah satu bentuk komunikasi pembangunan untuk pengentasan kemiskinan. Metode penelitian yang digunakan yaitu melakukan kajian literatur dari berbagai jurnal yang relevan dengan pemberdayaan masyarakat, buku dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa berbagai kegiatan pemberdayaan telah memberdayakan masyarakat miskin dan membentuk kemandirian sehingga masyarakat dapat menolong dirinya sendiri serta memperbaiki kehidupan yang lebih baik. Strategi pemberdayaan yang digunakan berbasis partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi serta pencapaian hasil. Selain itu, berbasis *entrepreneurship* dan penguatan potensi sumber daya alam lokal (Nindatu, 2019).

Perbedaan penelitian dari Peinina Ireine Nindatu dengan penelitian yang diteliti adalah terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kajian literatur dari berbagai jurnal, buku dan data sekunder. Sedangkan yang diteliti menggunakan metode deskriptif. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah terletak pada pembahasan penelitian yang sama-sama membahas komunikasi pembangunan dalam pemberdayaan.

2. Kedua, Jurnal Penelitian dari Agus Triyono, Dian Purworini, dan Marendra Murti P Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2016 dengan judul **“Implementasi Program Pemberdayaan Masyarakat Di Masyarakat Gunung Kemukus Kabupaten Sragen Melalui Komunikasi Pembangunan”**. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa program pemberdayaan telah berjalan dengan cukup baik dilihat dari intensitas program dari pemerintah kabupaten Sragen yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sragen, para pemangku wilayah kecamatan, desa, dusun, dan organisasi kemasyarakatan di wilayah Gunung Kemukus. Namun belum dapat dikatakan berhasil secara maksimal, karena sebagian masyarakat dalam mengikuti program-program tersebut masih setengah hati dan masih belum sepenuhnya menerima dengan penutupan lokasi wisata tersebut, sebab mereka telah turun temurun berpencaharian dengan cara-cara lama yang sekarang dilarang oleh pemerintah. Sehingga ada beberapa masyarakat masih melakukan

pekerjaan lamanya sebelum dilakukan penutupan lokasi wisata tersebut (Triyono, Purworini, & P. Murti, 2016).

Perbedaan dari penelitian dari Agus Triyono, Dian Purworini, dan Marendra Murti P dengan penelitian yang diteliti terletak pada subjek penelitiannya yaitu subjek penelitian ini pada masyarakat di sekitar Gunung Kemukus yang sudah terkena kebijakan pemerintah yang menutup bisnis prostitusi di sekitar wilayah Gunung Kemukus, sedangkan yang diteliti pada Tim Bidang UKM pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas. Adapun persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang diteliti yaitu pada jenis penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan sama-sama membahas komunikasi pembangunan dan pemberdayaan.

3. Ketiga, Jurnal Komunikasi Islam Volume 4 No. 1 Tahun 2019, oleh Priska Nur Safitri dan Najahan Musyafak, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dengan judul **“Peran Komunikasi Pembangunan Dalam Pemberdayaan Masyarakat Tani Di Rembang”**. Fokus penelitian ini pada peran komunikasi pembangunan pertanian di Desa Dadap Mulya Sarang Rembang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui studi kasus dan teknik pengumpulan datanya meliputi dokumentasi, observasi, dan interview. Hasil dari Penelitian ini yaitu peran komunikasi yang dilakukan masih bersifat *logic* konvensional sehingga diperlukan pemberdayaan dengan sistem digitalisasi bioteknologi. Karenanya, peneliti

menawarkan Model VAD untuk pemberdayaan masyarakat tani. VAD dipandang cocok diterapkan bilamana diikuti dengan kualitas sumber daya manusianya. Peningkatan kualitas SDM dapat dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan, pengajaran, dan praktek langsung. Model VAD dianggap cocok karena dalam operasionalnya melibatkan *physical* ke *virtual*, *human* ke *autonomous*, dan *intermediacy* ke *disintermediacy* (Safitri & Musyafak, 2019).

Perbedaan dari penelitian Priska Nur Safitri dan Najahan Musyafak dengan penelitian yang diteliti adalah pada fokus penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada peran komunikasi pembangunan pertanian di Desa Dadap Mulya Sarang Rembang. Sedangkan fokus penelitian yang dilakukan peneliti adalah strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada jenis penelitian yang digunakan, menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan dengan teknik pengumpulan datanya meliputi dokumentasi, observasi, dan wawancara.

4. Keempat, skripsi penelitian tahun 2017 dari Riandari Astuti Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan judul skripsi **“Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Mempertahankan Pasar Tradisional Sentral Benteng di Kabupaten Kepulauan Selayar”**. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. metode

pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Sedangkan teknis analisis yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data penyimpulan dan verifikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh UPT. Pasar Sentral Benteng dalam mempertahankan eksistensinya yaitu pertama, Strategi Desain Instruksional, yaitu adanya perencanaan pembangunan dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan melalui pendekatan-pendekatan kepada para pedagang agar mengubah perilaku menjadi pribadi yang lebih santun. Kedua, Strategi Partisipatori yang dilakukan oleh UPT Pasar Sentral Benteng melakukan kerjasama dengan tempat pelelangan ikan (TPI) untuk mensosialisasikan konsep dan program yang dilakukan pemerintah. Ketiga, Strategi Pemasaran dari unit UPT Pasar Sentral Benteng memfokuskan kepada semua kebutuhan pembeli dan harga yang diberikan menyesuaikan dengan pendapatan masyarakat di Kabupaten Kepulauan Selayar (Astuti, 2017).

Perbedaan dari penelitian Riandi Astuti dengan penelitian yang diteliti terletak pada fokus penelitian, dimana penelitian milik Riandi Astuti berfokus pada strategi komunikasi pembangunan dalam mempertahankan pasar tradisional sentral benteng. Sedangkan fokus penelitian yang dilakukan peneliti adalah strategi komunikasi pembangunan pada program pemberdayaan UMKM. selain itu perbedaan lainnya pada objek penelitian, dimana penelitian ini objeknya adalah UPT Pasar Sentral Benteng di Kabupaten Kepulauan Selayar, sedangkan

penelitian yang dilakukan peneliti objek penelitiannya adalah Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kualitatif dengan dengan teknik pengumpulan datanya meliputi dokumentasi, observasi, dan wawancara.



F. LANDASAN TEORI

1. Strategi

Menurut Ahmad S. Adnan Putra menyatakan strategi adalah bagian dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari fungsi manajemen. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Kania, 2018).

Sejalan dengan pendapat tersebut Hasron Usman dan Moh. Misdar mengatakan bahwa strategi adalah upaya mencari cara atau langkah yang pas dalam melakukan sesuatu. Sedangkan menurut Brown, strategi merupakan keseluruhan tindakan yang ditetapkan sebagai aturan dan direncanakan oleh suatu organisasi. Menurut Onong Uchjana Effendy yang dikutip Jalaluddin strategi merupakan suatu perencanaan (*planning*), dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan strategi yang tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk satu arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Begitu pun Chandler juga mengatakan strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan, menurut Hamel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat

incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Menurut *Business Dictionary* strategi merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah. Sejalan dengan itu Siagian juga menyatakan strategi merupakan serangkaian tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Pada dasarnya definisi pendapat-pendapat diatas mempunyai inti yang sama yakni strategi merupakan penentuan tujuan sasaran tujuan jangka panjang dari suatu instansi atau organisasi. Karena strategi adalah suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan, maka strategi memiliki beberapa sifat. Menurut Jauch dan Glueek sebagai berikut:

- a. *Unified*, Menyatukan seluruh bagian-bagian dalam organisasi atau perusahaan.
- b. *Complex*, bersifat menyeluruh mencakup seluruh aspek dalam organisasi atau perusahaan.
- c. *Integral*, dimana seluruh strategi akan sesuai dari seluruh tingkatan.

Apabila strategi pada suatu organisasi telah memiliki beberapa sifat diatas, maka dapat dipastikan dalam pengaplikasian kegiatan akan berjalan efektif dan efisien. Strategi digambarkan sebagai salah satu unsur yang

mempengaruhi organisasi, strategi juga merupakan suatu rencana jangka panjang (Amirullah, 2015).

2. Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan merupakan disiplin ilmu dan praktikum komunikasi dalam konteks negara–negara sedang berkembang, terutama kegiatan komunikasi untuk perubahan sosial yang berencana. Komunikasi pembangunan dimaksudkan untuk secara sadar meningkatkan pembangunan manusiawi. Secara pragmatis dapat dirumuskan bahwa komunikasi pembangunan adalah komunikasi yang dilakukan untuk melaksanakan rencana pembangunan suatu negara (Harun & Ardianto, 2011).

Dalam konsep komunikasi pembangunan dapat dilihat dalam arti luas dan terbatas. Dalam arti luas komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) antar semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian pembangunan. Sedangkan dalam arti sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan (Nasution, 2012).

Tujuan komunikasi pembangunan adalah mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Pembangunan menginginkan bahwa sekelompok massa orang-orang dengan tingkat literasi (melek huruf) dan penghasilan rendah, serta atribut-atribut sosio-ekonomi bahwa mereka harus berubah, pertama-tama semua menjadi terbuka tentang informasi dan dimotivasi untuk menerima dan menggunakan secara besar-besaran ide-ide dan keterampilan-keterampilan yang tidak familiar dalam waktu yang singkat dibanding proses yang diambil dalam keadaan norma.

Prinsip-prinsip komunikasi pembangunan menurut Harun dan Ardianto sebagai berikut:

- a. Penggunaan pesan yang dirancang khusus (*tailored messages*) untuk khalayak yang spesifik. Misalnya bila hendak menjangkau khalayak miskin, pada perumusan pesan, tingkat bahasa, gaya penyajian dan sebagainya disusun sedemikian rupa agar dapat dimengerti dan serasi dengan kondisi mereka.
- b. Pendekatan *ceiling effect* yaitu dengan mengkomunikasikan pesan-pesan yang bagi golongan yang tidak setuju. Misalnya golongan atas, merupakan redundansi (tidak lagi begitu berguna karena sudah dilampaui mereka) atau kecil manfaatnya, namun tetap berfaedah bagi golongan khalayak yang hendak dijangkau. Dengan cara ini, dimaksudkan agar golongan khalayak yang benar-benar berkepentingan tersebut mempunyai kesempatan untuk mengejar

ketertinggalannya, dan dengan demikian diharapkan dapat mempersempit jarak efek komunikasi.

- c. Penggunaan pendekatan *narrow casting* atau melokalisasi pesan bagi kepentingan khalayak. Lokalisasi di sini berarti disesuaikan penyampaian informasi yang dimaksud dengan situasi kesempatan di mana khalayak yang berada.
- d. Pemanfaatan saluran tradisional yaitu berbagai bentuk pertunjukan rakyat yang sejak lama memang berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat.
- e. Pengenalan para pemimpin opini di kalangan lapisan masyarakat yang berkekurangan (*disadvantage*), dan meminta bantuan mereka untuk menolong mengkomunikasikan pesan-pesan pembangunan.
- f. Mengaktifkan keikutsertaan agen-agen perubahan yang berasal dari kalangan masyarakat sendiri sebagai petugas lembaga pembangunan yang beroperasi di kalangan rekan sejawat mereka sendiri.
- g. Diciptakan dan dibina cara-cara atau mekanisme bagi keikutsertaan khalayak sebagai pelaku-pelaku pembangunan itu sendiri, dalam proses pembangunan yaitu sejak tahap perencanaan sampai evaluasinya.

3. Strategi Komunikasi Pembangunan

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan

yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan. Efek komunikasi dalam pembangunan didefinisikan sebagai situasi komunikasi yang memungkinkan munculnya partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela, murni dan bertanggung jawab. Perumusan strategi komunikasi tidak terlepas dari pemahaman unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi (Tahoba, 2011).

Strategi komunikasi dapat menggunakan teori Lasswell tentang komponen-komponen komunikasi yaitu “*Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?*”. Pertanyaan efek secara implisit mengandung arti *When*, *How*, dan *Why* sehingga pendekatan efek dari kegiatan komunikasi dapat berupa; menyebarkan informasi, melakukan persuasi, dan melaksanakan instruksi. Cara berkomunikasi dapat menggunakan strategi komunikasi tatap muka (*face to face communication*) dan komunikasi bermedia (*mediated communication*). Efek yang diharapkan dari komunikasi tatap muka adalah perubahan tingkah laku (*behavior change*) melalui upaya persuasif. Sebaliknya komunikasi bermedia digunakan untuk komunikasi informatif.

Dalam teori Lasswell terdapat lima unsur komunikasi yang saling bergantung sama lain yaitu pertama sumber (*source*), biasa juga disebut pengirim (*sender*). Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara. Kedua Pesan, dimana

mempunyai tiga komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Ketiga, saluran atau media, merujuk pada cara penyampaian pesan apakah langsung (tatap muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi, media online, dan media sosial. Keempat penerima (*receiver*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Kelima, efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya (Ummah, Muldi, & Winangsih, 2020).

Berdasarkan unsur-unsur komunikasi yang dijelaskan dalam teori tersebut, membuktikan bahwa strategi komunikasi pembangunan dapat menggunakan teori Lasswell karena strategi dalam perencanaan komunikasi tidak lepas dari elemen komunikasi. Strategi komunikasi pembangunan merupakan implementasi dari komunikasi yang dilakukan untuk pemberdayaan. Pemilihan strategi komunikasi merupakan hal yang utama dan penting dalam perencanaan pembangunan.

Menurut (*Academy for Educational Development*) AED dalam Buku Harun dan Ardianto 2011 ada empat strategi komunikasi pembangunan yang telah digunakan selama ini, yaitu:

- a. Strategi-strategi yang didasarkan pada media yang dipakai (*media-based strategy*).

Komunikator-komunikator yang menggunakan strategi ini biasanya mengelompokkan kegiatan mereka di sekitar media tertentu yang disukai. Strategi ini merupakan teknik yang paling mudah, paling populer tetapi kurang efektif. Strategi ini memulai rencananya dengan mempertanyakan: “apa yang dapat dilakukan?” dan “media apa yang baik dan murah?”

- b. Strategi-strategi desain instruksional.

Strategi ini memfokuskan pada pembelajaran individual-individual yang dituju sebagai suatu sasaran yang fundamental. Strategi kelompok ini, mendasarkan diri dari teori-teori belajar formal, dan berfokus pada pendekatan sistem untuk pembangunan materi pembelajaran seperti evaluasi formatif, uji coba, dan desain program berjenjang. Desainer instruktural merupakan orang-orang yang berorientasi rencana dan sistem. Mereka pertama-tama melakukan identifikasi mengenai: (1) Tujuan yang hendak dicapai, (2) Kriteria keberhasilan, (3) Partisipan, (4) sumber-sumber, (5) pendekatan yang digunakan, (6) waktu. Secara tipikal kegiatan mereka dapat digolongkan ke dalam tiga tahapan yang saling berkaitan yakni: tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

- c. Strategi Partisipatori.

Strategi partisipatori ini memiliki prinsip-prinsip penting dalam mengorganisir kegiatan adalah kerjasama komunitas dan pertumbuhan pribadi. Dalam strategi ini yang dipentingkan bukan pada berapa banyak informasi yang dipelajari seseorang melalui program komunikasi pembangunan, tetapi lebih pada pengalaman keikutsertaan sebagai seseorang yang sederajat dalam proses berbagi pengetahuan atau keterampilan.

d. Strategi-strategi pemasaran.

Strategi ini tumbuh sebagai suatu strategi komunikasi yang sifatnya paling langsung dan terasa biasa dalam prinsip *social marketing*, yakni teknik pemasaran yang tidak hanya mencari keuntungan yang diperoleh dari sebuah penjualan, melainkan memfokuskan pada apa yang konsumen butuhkan dan inginkan dari konsumen (Harun & Ardianto, 2011).

Dari keempat strategi komunikasi pembangunan tersebut, dapat dijelaskan bahwa pembangunan ekonomi adalah sebuah konsep pemberdayaan yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan yang bersifat "*People centered, participatory, empowering, and sustainable*". Setiap strategi komunikasi pembangunan harus direncanakan secara spesifik tergantung pada latar belakang pribadi anggota komunitas serta keadaan sosial dan alam setempat. Disamping itu, komunikasi pembangunan harus selalu diselaraskan dengan keadaan karakteristik komunikasi masyarakat yang

melibatkan unsur-unsur komunikasi (komunikator, isi pesan, saluran komunikasi, dan sasaran komunikasi) (Tahoba, 2011).

4. Pemberdayaan

Pemberdayaan (*Empowerment*) secara etimologi berasal dari kata daya yang berarti kemampuan untuk melakukan sesuatu atau kemampuan bertindak. Pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok sehingga mampu melaksanakan tugas dan kewenangannya sebagaimana tuntutan kinerja tugas tersebut. Pemberdayaan merupakan proses yang dapat dilakukan melalui berbagai upaya, seperti pemberian wewenang, meningkatkan partisipasi, memberikan kepercayaan sehingga setiap orang atau kelompok dapat memahami apa yang akan dikerjakannya, yang pada akhirnya akan berimplikasi pada peningkatan pencapaian tujuan secara efektif dan efisien (Kurniawan & Fauziah, 2014).

Upaya pemberdayaan dapat dilihat dari 3 (tiga) sisi aspek diantaranya *enabling* yaitu menciptakan suasana iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan artinya tidak ada orang atau masyarakat tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki masyarakat.

Empowering yaitu memperkuat potensi ekonomi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf

pendidikan dan derajat kesehatan serta akses ke dalam sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, lapangan pekerjaan dan pasar. Pemberdayaan ini termasuk pembangunan sarana dan prasarana dasar (seperti irigasi, listrik, sekolah, layanan kesehatan) yang dapat menjangkau lapisan masyarakat paling bawah. Oleh karena itu diperlukan program khusus, karena program-program umum yang berlaku untuk semua tidak selalu menyentuh kepentingan lapisan masyarakat seperti ini.

Protecting yaitu pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi rakyat berarti mencegah dan melindungi masyarakat dari kesenjangan ekonomi serta menciptakan kebersamaan dan kemitraan antara yang sudah maju dengan yang belum berkembang. Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan masyarakatnya merupakan unsur penting, sehingga pemberdayaan masyarakat sangat erat hubungannya dengan pementasan, pembudayaan dan pengalaman demokrasi. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya sebatas bidang ekonomi saja tetapi juga secara politis, sehingga pada akhirnya masyarakat akan memiliki posisi tawar (*bargaining position*) baik secara nasional maupun internasional. Sebagai titik fokusnya adalah aspek lokalitas, karena *civil society* akan merasa lebih siap diberdayakan lewat isu-isu lokal (Kementerian Sosial dan LSPS, 2016).

Konsep pemberdayaan yang dilakukan bertujuan pada pemberdayaan bidang ekonomi dan bidang sosial. Dengan maksud kelompok sasaran dapat mengelola usahanya, kemudian memasarkan dan

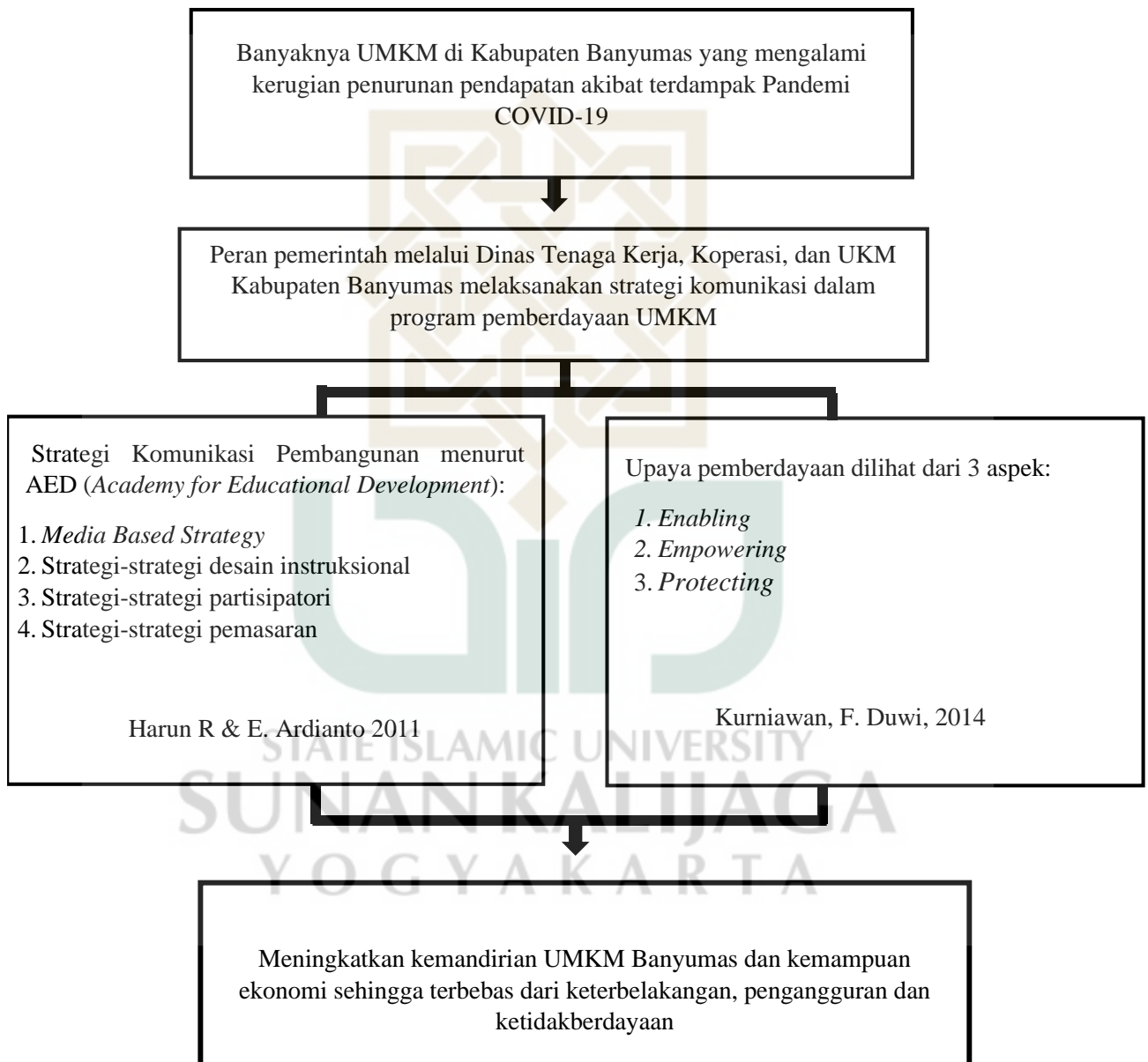
membentuk siklus pemasaran yang relatif stabil dan agar kelompok sasaran dapat menjalankan fungsi sosialnya kembali sesuai dengan peran dan tugas sosialnya. Keberdayaan masyarakat menjadi sumber dari apa yang ada dalam wawasan politik disebut sebagai ketahanan nasional, artinya apabila masyarakat memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi, maka hal tersebut merupakan bagian dari ketahanan ekonomi nasional.



G. KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 5

Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

H. METODE PENELITIAN

Penelitian pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran dan pemecahan masalah atas apa yang diteliti untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan suatu metode yang tepat dan relevan untuk tujuan yang diteliti.

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif merupakan suatu proses dari berbagai langkah yang melibatkan peneliti, pandangan teoritis, strategi penelitian, metode pengumpulan data dan analisis data empiris, maupun pengembangan interpretasi dan pemaparan (Noor, 2016).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Dalam penelitian kualitatif berusaha untuk mendeskripsikan mengenai keseluruhan gejala atau keadaan yang ada, yakni keadaan atau gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan di lokasi.

Alasan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif adalah agar baik peneliti dan pembaca dapat lebih mudah memahami alur cerita. Selain itu, pendekatan ini juga mempermudah peneliti dalam menjawab rumusan masalah, yang mana terkait dengan penerapan strategi komunikasi dan upaya pemberdayaan pada program pemberdayaan UMKM Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas, sehingga peneliti dapat menjawab rumusan masalah secara detail.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber informasi-informasi dan data yang dapat menjawab masalah yang akan diteliti. Hal tersebut bertujuan agar peneliti tidak kesulitan mencari data di lapangan. Subjek penelitian dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan subjek penelitian berdasarkan pertimbangan tertentu atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang memiliki sangkut paut dengan objek penelitian untuk menjamin bahwa unsur yang diteliti masuk dalam kategori (Sugiyono, 2016). Dalam hal ini peneliti memfokuskan diri kepada pihak-pihak yang posisinya memiliki pengetahuan, pengalaman dan informasi terkait strategi komunikasi pembangunan dan upaya pemberdayaan yang dilaksanakan Dinnakerkop UKM Kabupaten Banyumas pada program pemberdayaan UMKM.

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tim Bidang UKM yang terlibat dalam proses pelaksanaan program pemberdayaan UMKM Dinnakerkop UKM Kabupaten Banyumas. dalam hal ini adalah Bapak L. Krismanto selaku kepala seksi pengembangan dan pemberdayaan UMKM dan Ibu Margiati selaku kepala seksi promosi dan pemasaran UMKM.

b. Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah fokus masalah yang akan dicari jawabannya melalui penelitian. Objek tersebut nantinya akan dipecah menggunakan teori-teori yang membahas mengenai materi yang akan diteliti. Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah strategi komunikasi pembangunan dan upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas Jawa Tengah.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan (dalam hal ini tempat penelitian). Data primer yang digunakan oleh peneliti terdapat pada kata-kata dari informan saat proses wawancara atau hasil observasi selama di lapangan. Peneliti menggunakan data ini untuk mengetahui sejauh mana strategi komunikasi Pembangunan yang digunakan Dinnakerkop UKM kabupaten Banyumas pada Program Pemberdayaan UMKM yang telah

berlangsung selama Pandemi COVID-19 Tahun 2020. Data penelitian ini diambil melalui wawancara dengan Staf Bidang UMKM yang terlibat atau paling mengetahui proses pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan di Dinnakerkop UKM Banyumas, dalam hal ini adalah Bapak L. Krismanto selaku Kepala Seksi Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM dan Ibu Margiati selaku kepala promosi dan pemasaran UMKM.

b. Data Sekunder

Adapun data sekunder adalah data yang dapat menunjang data primer. Dalam penelitian ini, selain wawancara dan observasi di lapangan, peneliti juga menggunakan data lain seperti dokumentasi Lembaga terkait, jurnal, laporan tahunan, hingga referensi yang dapat memperkuat dan melengkapi informasi dari data primer.

4. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif ataupun nonpartisipatif.

Dalam observasi partisipatif (*participatory observation*) pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung, pengamat ikut sebagai peserta rapat atau peserta pelatihan. Sedangkan observasi non partisipatif (*non participatory observation*) pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan (Hardani et al., 2020).

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian. Jenis wawancara ada dua yaitu wawancara tidak terpimpin adalah wawancara yang tidak terarah, dan wawancara terpimpin ialah tanya jawab yang terarah untuk mengumpulkan data-data yang relevan saja (Sugiyono, 2020).

Peneliti menggunakan jenis wawancara terpimpin dengan memberikan pertanyaan sistematis kepada subjek penelitian sehingga mudah diolah kembali, pemecahan masalah lebih mudah memungkinkan data yang diperoleh akan lebih valid. Metode ini peneliti gunakan untuk memperoleh informasi dengan cara

mewawancarai berbagai pihak seperti Tim Bidang UKM pada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas.

Berikut adalah Narasumber yang akan dimintai data dalam penelitian ini diantaranya:

- 1) Bapak L. Krismanto selaku Kasi Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas.
- 2) Ibu Margiati selaku Kasi Promosi dan Pemasaran UMKM Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas.
- 3) Ibu Sumirah peserta program pemberdayaan UMKM pada pelatihan produk olahan pisang
- 4) Bapak Rohmat peserta program pemberdayaan UMKM pada pelatihan manajemen usaha
- 5) Narasumber Ahli Bapak Pro. Ir. Irfan Dwidya Prijambada, M.Eng., Ph.D., Direktur Pengabdian Kepada Masyarakat UGM.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Dokumen bisa berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, data statistik, agenda kegiatan, gambar, kebijakan, atau yang berkaitan dengan dengan penelitian. Pada penelitian ini peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi yang digunakan sebagai pelengkap dan pendukung dalam sebuah kegiatan yang dapat berupa catatan, dan struktur organisasi

Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas Jawa Tengah.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif deskriptif dengan membuat gambaran yang dilakukan dengan reduksi data atau penyederhanaan data, paparan atau penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini dilakukan tiga alur dalam analisis data, yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh di lapangan itu telah bisa dikatakan cukup banyak, untuk itu perlu adanya pencatatan secara teliti dan terperinci. Sebagaimana yang telah dijelaskan, bahwa semakin lama peneliti berada di lapangan maka jumlah data yang diperoleh pun semakin banyak. Dengan demikian peneliti harus segera menganalisis data tersebut melalui reduksi data. Mereduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan lebih memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting, serta mencari tema dan polanya. Sehingga dari data diperoleh tersebut mendapatkan gambaran yang sangat jelas. dimana hal tersebut mempermudah (Rukajat, 2018).

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk

memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2020).

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Langkah ketiga dari analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Simpulan adalah intisari dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat-pendapat terakhir yang berdasarkan pada uraian-uraian sebelumnya atau, keputusan yang diperoleh berdasarkan metode berpikir induktif atau deduktif. Simpulan yang dibuat harus relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan (Sugiyono, 2017).

6. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik triangulasi, teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang digunakan ada dua yaitu triangulasi dengan sumber dimana peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informasi penelitian sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan (Moleong, 2017).

Dengan teknik triangulasi dengan sumber, peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informasi penelitian sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan. Dalam menguji keabsahan data yang diperoleh, maka peneliti

melakukan wawancara dengan dua peserta pelatihan program pemberdayaan UMKM yaitu Ibu Samirah, Bapak Rohmat dan Narasumber ahli yaitu Prof. Ir. Irfan Dwidya Prijambada, M.Eng., Ph. D.

7. Jadwal Penelitian

Tabel 2
Jadwal Pengambilan Data Penelitian

No	Tanggal Penelitian	Agenda Penelitian
1	Juni-Agustus 2021	Observasi melalui media sosial dan situs berita daring serta dokumentasi berupa foto terkait program pemberdayaan UMKM yang dilakukan Dinnakerkop UKM kabupaten Banyumas.
2	02-03 September 2021	Wawancara dengan Bapak L. Krismanti di Kantor Dinakerkop Kabupaten UKM Banyumas
3	03 September 2021	Wawancara dengan Ibu Margiati di Kantor Dinnakerkop UKM Kabupaten Banyumas
4	10 September 2021	Wawancara online dengan Ibu Sumirah melalui media WhatsApp
5	11 September 2021	Wawancara online dengan Bapak Rohmat melalui media WhatsApp
6	03 Desember 2021	Wawancara bersama sebagai Prof. Ir. Irfan Dwidya Prijambada, M.Eng., Ph. D., Narasumber Ahli

Sumber: Olahan peneliti

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Dinnakerkop UKM Kabupaten Banyumas menggunakan strategi AED yaitu *media based strategy*, strategi desain instruksional, strategi partisipatori, dan strategi pemasaran. Strategi komunikasi yang digunakan pada program pemberdayaan UMKM ini juga memenuhi 3 aspek upaya pemberdayaan yaitu *enabling*, *empowering*, dan *protecting*. Strategi komunikasi pembangunan pada program pemberdayaan UMKM Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas di masa pandemi COVID-19 ini melibatkan peran media dan berbagai lembaga masyarakat, komunitas, dan masyarakat dengan menciptakan iklim komunikasi yang dapat mengembangkan, menguatkan dan melindungi potensi UMKM.

Strategi komunikasi yang terlaksana tersebut secara tidak langsung nyatanya cukup meningkatkan kemandirian UMKM. Hal tersebut terjadi karena dalam mencapai tujuan program pemerintah bukan hanya pemerintah saja yang berperan dalam kegiatan pemberdayaan. Namun UMKM juga perlu mengoptimalkan bantuan dan pembinaan yang diberikan Dinnakerkop UKM Kabupaten Banyumas, maka dengan demikian UMKM Banyumas dapat berkembang lebih baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti dapat memberikan saran kepada akademis dan seluruh pihak yang bertanggungjawab terhadap pengembangan dan pemberdayaan UMKM di Kabupaten Banyumas. Adapun saran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Peneliti berharap pada penelitian berikutnya untuk dapat lebih mengkaji dan mempelajari fenomena yang ada di masyarakat berkenaan tentang strategi komunikasi pembangunan. Sebaiknya penelitian berikutnya menggunakan strategi komunikasi yang lebih terbaru, karena penggunaan strategi komunikasi AED sudah lama dirumuskan. Sementara perkembangan komunikasi bisa mengalami perubahan sesuai dengan kemajuan teknologi.

2. Bagi Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas

Pemanfaatan media publikasi terhadap kegiatan program pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan Dinnakerkop UKM Banyumas masih kurang aktif, dimana hanya program-program tertentu yang dipublikasikan di media sosial yang dimiliki dan jarang mempublikasi release di website Dinnakerkop UKM Banyumas. Akan lebih baik jika Dinnakerkop UKM Banyumas dapat mempublikasikan setiap program pemberdayaan UMKM yang dilakukan, selain bentuk dokumentasi, hal tersebut juga dapat secara tidak langsung menumbuhkan tingkat

kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah khususnya Dinnakerkop UKM Banyumas dalam mengemban tugasnya dengan baik.

Selain itu, Dinnakerkop UKM perlu menentukan target pasar yang tepat sebelum melaksanakan kegiatan pemberdayaan berupa pelatihan pengelolaan dan keterampilan. Tujuannya agar kegiatan pelatihan nantinya berjalan seimbang, karena UMKM sudah dibekali pengetahuan dan sudah memiliki pangsa pasar yang luas, sehingga hal tersebut bisa membangun kemandirian UMKM secara optimal.

3. Bagi Masyarakat

Masyarakat sebagai pelaku UMKM seharusnya membuka pemikiran untuk tidak bersikap pragmatis dalam menerima pemberdayaan yang diberikan pemerintah. Dengan adanya pelatihan maupun penyuluhan sebaiknya digunakan sebagai kesempatan dalam memperoleh ilmu dan pengetahuan terkait pengembangan produk usaha yang lebih inovatif dan berdaya saing.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an Terjemahnya dan. (1989). *Diterjemahkan oleh Tim Penerjemah Karya Toha Putra*. Semarang: Karya Toha Putra.
- Amirullah, S.E, M. (2015). *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Astuti, R. (2017). *Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Mempertahankan Pasar Tradisional Sentral Benteng di Kabupaten Kepulauan Selayar*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 64–65.
- Bintoro. (2020). *Didampingi, 3.000 Lebih UMKM di Jateng Mulai Bangkit dari Pandemi*. *Humas Provinsi Jawa Tengah*. Retrieved from https://humas.jatengprov.go.id/detail_berita_gubernur?id=4636
- Damuri, Y. R. D. (2020). *Langkah Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Covid-19*. *Centre for Strategic and International Studies*, 76–76. doi: https://doi.org/10.1007/978-1-349-67278-3_126
- Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah. (2021). "Statistik Ekonomi UMKM Dampak Covid-19". Retrieved from <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/dampakcovid/pemetaan/statistik>
- Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas (2021). *Sejarah Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Pemerintah Kabupaten Banyumas*. Retrieved from dinakerkopukm.banyumaskab.go.id (Issue 2, pp. 10–11).
- Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas. (2020). *Rekomendasi Penyaluran Pinjaman Dana Bergulir Bagi Kelompok Usaha Mikro Kecil*. Retrieved from dinakerkopukm.banyumaskab.go.id
- Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyumas. (2021). *Data Jumlah Penerima Bantuan BPUM Kabupaten Banyumas*. Retrieved from dinakerkopukm.banyumaskab.go.id

- Hardani, Andriani H., Uswatiawaty J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (p. 245). Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Harun, R., & Ardianto, E. (2011). *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. PT Rajagrafindo Persada.
- Jayani, D. H. (2021). *10 Lapangan Usaha Paling Terimbas Covid-19 2020*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/08/10-lapangan-usaha-paling-terimbas-covid-19-2020#>
- Kania, I. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung: UMMIPress.
- Kementerian Sosial dan LSPS. (2016). *Pemberdayaan*. Retrieved from <http://sikapdaya.kemsos.go.id/>. (pp. 1–98).
- Kurniawan, F. Duwi, L. F. (2014). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Penanggulangan Kemiskinan*. 2, 165–176.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Z. (2012). *Komunikasi Pembangunan: Penganalan Teori dan Penerapannya* (8th ed.). Bandung: PT Rajagrafindo Persada.
- Nindatu, P. I. (2019). *Komunikasi Pembangunan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengentasan Kemiskinan*. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, doi: <https://Jurnal.Umj.ac.id/index.php/perspektif/article/viewFile/5595/3801>
- Noor, J. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Purwani, D. A., Partini, P., & W., Peni. (2018a). *Social Information Processing Di Facebook Untuk Pengembangan Komunitas Social Entrepreneurs*. *Journal Acta Diurna*, 14(1), 79–90. doi:

<https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2018.14.1.1144>

Purwani, D. A., Partini, P., & W., Peni. (2018b). *Tantangan Sociopreneurs Yogyakarta Di Era Communication 3.0*. Profetik Jurnal Komunikasi, 11(01), 15–17.

Rahmayani, A. S., & Aslinda, A. (2021). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Dinas Koperasi Dan UKM Kota Makassar*. Jurnal (1), 13–24.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

Safitri, P.N., & Musyafak, N. (2019). *Peran Komunikasi Pembangunan Dalam Pemberdayaan Masyarakat Tani Di Rembang*. Jurnal Komunikasi Islam 4(1), 46. doi: <https://doi.org/10.21580/icj.2019.4.1.3530>

Sanapiah Faisal. (2007). *Format-Format penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2017). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tahoba, A. E. P. (2011). *Strategi Komunikasi dalam Program Pengembangan Masyarakat (Community Development) Kasus Program Community Development pada Komunitas Adat Terkena Dampak Langsung Proyek LNG Tangguh di Sekitar Teluk Bintuni Kabupaten Teluk Bintuni Provinsi Papua Barat*. Jurnal Komunikasi. 187–197.

Triyono, A., Purworini, D., & P. Murti, M. (2016). *Implementasi Program Pemberdayaan Masyarakat Di Masyarakat Gunung Kemukus Kabupaten Sragen Melalui Komunikasi Pembangunan*. Jurnal Komunikasi. 2407–9189.

Ummah, S. M., Muldi, A., & W. R. (2020). *Komunikasi Pembangunan*

Terintegrasi Kota Serang Berbasis Bale Sandi Maya Integrated Development Communication Of Serang City Based On Bale Sandi Maya. Riset Komunikasi. 111-123.

Widiyawati, A. T. (2020). *Model Pengembangan Pemberdayaan Pengetahuan (Studi pada Perpustakaan Desa Paseban, Kec. Kencong, Kab. Jember). Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 4(1), 77. doi: <https://doi.org/10.29240/tik.v4i1.1312>*

Zaeni, H., Mukmin, H., Syahril, S., Yanti, F., & Aswadi, A. (2020). *Dakwah Pemberdayaan Umat Perspektif Al-Qur`an. Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 14(1), doi: 95–110. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3276>*

