

Model *Direct Persuasive* Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Terhadap Pembangunan Desa (Studi Fenomenologi di Desa KebonagungKecamatan Ploso Kabupaten Jombang)

Farichatun Nisa'¹, Nur Ayu², Fera Oktavia³

^{1 2 3} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Darul Ulum, Jombang, Jawa Timur, Indonesia

Email : ayu10243@gmail.com, veratopia@gmail.com

Abstrak

Konsep Ilmu komunikasi memiliki berbagai macam model, seperti komunikasi verbal, komunikasi non verbal, komunikasi kepemimpinan, komunikasi pembangunan dan komunikasi persuasif (*Direct Persuasive*). Artikel ini akan membahas mengenai model komunikasi yang berfokus pada metode komunikasi persuasif (*direct persuassive*) yang digunakan oleh kepala desa untuk membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya pembangunan desa. Selain itu, kepala desa juga menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan warga dalam pengambilan keputusan dan merancang program yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam hal ini, kepala desa berusaha membangun hubungan saling percaya dan membangun dukungan dari warga desa untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Peneliti melakukan studi lapangan di Desa Kebonagung Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hal ini karena penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan secara detail dan lebih mendalam tentang strategi komunikasi persuasif yang digunakan kepala desa Kebonagung, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan model *direct persuassiv*, kepala desa Kebonagung dapat mendorong masyarakat untuk turut aktif dalam bermusyawarah dan bergotong royong membangun peradaban desa, sehingga desa Kebonagung dapat menjadi desa maju dan menuai berbagai penghargaan resmi dari pemerintah.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasive, Kepala Desa, Kesadaran

PENDAHULUAN

Desa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kesatuan wilayah yang dihuni oleh sejumlah keluarga yang mempunyai sistem pemerintahan sendiri dan dipimpin oleh seorang kepala desa. Menurut Bintarto desa secara geografis merupakan suatu hasil manifestasi geografis, sosial, politik, yang terjadi di suatu wilayah serta memiliki hubungan timbal balik dengan daerah lain (Pamungkas, 2019). Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1979 tentang pemerintahan desa adalah suatu wilayah yang ditempati oleh sejumlah penduduk yang sebagai kesatuan masyarakat yang mempunyai organisasi pemerintah terendah langsung di bawah camat dan berhak menyelenggarakan rumah tangganya sendiri dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia (Usat, 2013). Desa dapat di klasifikasikan kedalam tiga bagian yaitu desa swadaya, desa swakarya, dan desa swasembada. Desa swakarya merupakan desa yang adat istiadatnya sudah terpengaruhi oleh dunia luar, dimana masyarakatnya sudah mengenal teknologi serta taraf pendidikannyayang lebih tinggi dari desa lainnya.

Dengan meningkatnya kemajuan dalam bidang pendidikan serta bertambahnya teknologi modern yang masuk, maka akan mendorong terciptanya sebuah desa berkembang hingga menuju desa maju. Desa maju juga tidak terlepas dari kontribusi seorang pemimpin kepala desa.

Menurut UUD 1945 pasal 18 ayat 7 dan 18b (ayat 2) menjelaskan bahwa meningkatnya pelayanan publik bagi warga masyarakat desa akan mempengaruhi cepatnya perwujudan kesejahteraan umum desa. Oleh karena itu dengan adanya undang-undang tersebut diharapkan masyarakat dan kepala desa bisa bekerja sama dalam membangun pembangunan desa. Pembangunan desa merupakan suatu usaha dalam meningkatkan kehidupan masyarakat pedesaan. Dalam proses pembangunan desa seringkali kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap proses pengambilan keputusan masih terbilang terbatas. Karena itu Model Direct Persuasive dapat menjadi alat yang efektif untuk mempengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat dalam mengenali kebutuhan mereka terhadap pembangunan desa.

Model Direct Persuasive merupakan pendekatan komunikasi dengan cara bertatap muka serta secara langsung mempengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku suatu kelompok masyarakat. K. Anderson memaknai Direct Persuasive sebagai suatu bentuk komunikasi melalui sebuah pesan yang disampaikan, tujuannya ialah untuk mengubah mindset, perilaku, sikap, hingga keyakinan orang lain atau kelompok lain (Mirawati, 2021).

Segala bentuk percakapan dan komunikasi yang disampaikan berusaha memberikan informasi berupa opini maupun fakta yang dapat memperkuat, meyakinkan dan mengandung motivasi sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi audiens, hal inilah yang akan mempengaruhi audiens untuk merubah sikap dan perilaku mereka. Metode Direct Persuasive tersebut dapat menjadi pegangan seorang pemimpin termasuk seorang kepala desa. Kepala desa merupakan pihak yang bertanggung jawab dan memiliki wewenang untuk mengatur rakyatnya, salah satu alasan calon pemimpin kepala desa berhak dipilih karena ia memiliki pengetahuan yang lebih tinggi dari pada penduduknya. Karena dengan adanya pemimpin yang memiliki pengetahuan maka ia juga mempunyai visi misi yang jelas, berpikir maju, memiliki gebrakan baru, komunikasi dengan warga akan terarah sehingga seorang kepala desa akan mengupayakan musyawarah bersama warga untuk mendengarkan aspirasi mereka, dan kepala desa akan bergerak mewujudkan perubahan yang baru.

Namun pada realitanya kita masih menemukan pemimpin kepala desa yang kurang memiliki kemampuan dalam berkomunikasi terhadap masyarakat ataupun bawahannya seperti komunikasi kepala desa dengan badan permusyawaratan desa (BPD). Maka dari itu Metode Direct Persuasive menjadi salah satu point penting yang dapat diterapkan oleh kepala desa dalam membangun kesadaran masyarakat dan untuk mengetahui perubahan perilaku masyarakat setelah menerapkan Model Direct Persuasive dalam pembangunan desa di desa Kebonagung.

Menurut pemikiran Thomas Kuhn, seorang pemikir teori Sosiologi modern menggambarkan hal ini dengan sebutan Paradiegma Sains, yaitu cara pandang atau landasan berpikir seorang ilmuwan untuk memberikan penilaian terhadap sesuatu yang ada disekitar berdasarkan pada usaha, kemudian memberikan penjelasan atas berbagai permasalahan yang

sifatnya kompleks dan dinamis berdasarkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajarinya. Makna lain dari paradigma menurut Thomas Kuhn ialah sebuah konsep keilmuan yang dapat berubah untuk mengganti struktur yang lawas menjadi struktur baru yang lebih relevan dengan lingkungannya (Tazid, 2020). Oleh karena itu diperlukan pemimpin yang memiliki pengetahuan lebih unggul serta memiliki pengalaman yang mendukung untuk memecahkan masalah yang dikeluhkan oleh masyarakat. Selain untuk mempengaruhi pemikiran masyarakat, seorang pemimpin juga harus pandai berkomunikasi dan bernegosiasi untuk membujuk masyarakatnya turut andil dalam mewujudkan pembangunan demi terciptanya kesejahteraan bersama.

Beberapa konsep yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini dapat di dihubungkan oleh beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan yakni mengenai strategi komunikasi kepala desa, pentingnya kesadaran gotong royong serta pemanfaatan teori komunikasi persuasif. Penjelasan mengenai konsep-konsep tersebut antara lain sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Sarjono, mengenai strategi komunikasi kepala desa dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam bergotong royong di desa Kuala Baru (Sarjono & Jasman, 2022). Dari perspektif tersebut penulis memahami bahwa Kepala desa Kuala Baru menggunakan beberapa pendekatan komunikasi, pertama-tama dengan mengenal kondisi masyarakat, menyampaikan pesan berupa surat undangan rapat musyawarah melalui kerjasam dengan ketua-ketua RT yang ada di desa Kuala Baru, kemudian bersosialisasi untuk mengajak masyarakat bergotong royong, namun kepala desa terkendala dalam komunikasi dengan warganya, karena sikap acuh warganya, hingga kepala desa menemukan media komunikasi yang sesuai dengan pemahaman masyarakatnya yakni media infokus (penyampaian langsung secara tatap muka).

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Nurul Iman, tentang strategi komunikasi kepala Desa Sindangsari untuk meningkatkan kesadaran gotong royong (H.A & Dadan, 2020). Dari penelitian tersebut penulis menyimpulkan bahwa kepala desa Sindangsari menggunakan beberapa strategi untuk menyadarkan warganya, pertama dengan menyampaikan informasi menggunakan teknik redundancy dan canalizing. Kedua dengan cara menghadiri kegiatan sosial maupun kegiatan keagamaan, ketiga dengan menetapkan transparansi anggaran keuangan desa dan mengadakan zakat hasil panen setiap tahunnya.

Ketiga, penelitian tentang pemanfaatan teori komunikasi persuasif pada penelitian E-commerce di era digital (Mirawati, 2021) yang menjelaskan bahwa terdapat lima jenis teori komunikasi persuasif yang digunakan pada studi kasus E-commerce yaitu efek kuat media, yang ditayangkan melalui radio, televisi dan film yang akan memberikan pandangan kepada audiens dan mengubah arah pandang mereka. Kemudian ada teori The Effect of Synthetic Experience, yang ditampilkan di media sosial dalam bentuk video yang dapat membentuk persepsi ataupun memanipulasi orang lain.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut penulis belum menemukan tentang komunikasi kepala desa yang berfokus menggunakan metode Direct Persuasive untuk membangun kesadaran masyarakat dalam pembangunan desa. Maka dari itu adanya penelitian ini bertujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya dengan berfokus pada metode Direct Persuasive dengan kajian studi fenomenologi.

METODE

a. Jenis Penelitian

Fenomenologi merupakan suatu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan serta pemahaman perseorangan ataupun kelompok mengenai pengalaman – pengalamannya. Alasan peneliti memilih jenis penelitian ini adalah karena tidak terdapat batasan dalam memahami suatu fenomena yang dikaji. Sehingga jenis penelitian ini dapat digunakan untuk mengkaji Model Direct Persuasive Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Terhadap Pembangunan Desa (Studi Fenomenologi Di Desa Kebonagung, Kecamatan Ploso, Kabupaten Jombang).

b. Pendekatan penelitian

Ada beberapa pertimbangan sehingga peneliti menggunakan pendekatan kualitatif ini, diantaranya:

1. Penelitian ini terkait dengan fenomena yang ada di dalam masyarakat terutama pada bentuk komunikasi kepala desa untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap pembangunan desa, sehingga untuk memahami pokok pembahasan akan menjadi mudah apabila menggunakan pendekatan kualitatif.
2. Pokok permasalahan yang diteliti adalah suatu proses dan interaksi langsung antara peneliti dengan dengan informan, maka pendekatan ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

c. Data dan Sumber Data

1. Dalam penelitian ini, data primernya berupa hasil jawaban responden berdasarkan wawancara langsung kepada kepala Desa Kebonagung Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang
2. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh melalui media perantara berupa buku, jurnal, dan literatur lainnya. Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa sumber dari buku, skripsi terdahulu dan artikel penelitian.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi dan wawancara untuk mengumpulkan dan dan mempertajam analisis penelitian. Observasi merupakan proses mendapatkan data informan melalui tangan pertama dengan cara melakukan sebuah pengamatan. Sedangkan wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan proses tanya jawab antara peneliti dengan informan. Informan dalam penelitian ini adalah kepala desa Kebonagung.

e. Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman yakni dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan beralangsung terus menerus sampai datanya jenuh. Selanjutnya analisis datannya mencakup 3 hal yakni data reduction (merangkum), data display dan data conclusion drawing/verification (penarikan kesimpulan) (Sugiyono, 2013).

PEMBAHASAN

Model komunikasi persuasif telah digunakan sejak zaman kerajaan Yunani dan Romawi kuno, sejak manusia hidup berkelompok mereka memiliki kesadaran untuk memengaruhi orang lain untuk mengatasi berbagai situasi. Pentingnya kemampuan berkomunikasi yang baik akan memiliki dampak yang baik pula bagi para pendengarnya, terutama bagi seorang pemimpin, karena seorang pemimpin akan menjadi panutan bagi masyarakatnya, setiap perkataannya akan didengar, digugu, dituruti dan ditiru. Pada zaman Yunani Kuno, masyarakat Syracuse (masyarakat di Pulau Sicilia) dituntut untuk mampu berbicara dan meyakinkan orang lain, hal ini bermanfaat untuk mempertahankan tanah mereka yang dirampas paksa oleh kaum Tirani.

Pada zaman modern, model persuasif berawal pada zaman renaissance, menguasai pengetahuan tentang proses psikologis menjadi hal yang sangat penting dalam studi retorika, seperti imajinasi, rasio dan kemauan. Menurut Campbell, retorika harus diarahkan pada upaya untuk menerangi pemahaman, merangsang imajinasi, menggerakkan perasaan dan memahami kehendak/kemauan. Pada abad ke-20 Amerika Serikat berusaha untuk memajukan teknologi, memerangi tirani dan menyebarkan kapitalisme sehingga eksistensi komunikasi menjadi hal yang sangat penting untuk merangsang kemajuan dan pragmatisme untuk memajukan masyarakat menuju perubahan sosial yang modern. Selain itu media juga berperan penting dalam proses pemasaran dan periklanan untuk mennggirinng propaganda serta opini publik.

Konsep Ilmu komunikasi memiliki berbagai macam model, seperti komunikasi verbal, komunikasi non verbal, komunikasi kepemimpinan, komunikasi pembangunan dan komunikasi persuasif (Direct Persuasive). Komunikasi verbal menurut Mulyana merupakan seluruh jenis simbol yang memakai suatu kata atau lebih. Selain itu bahasa juga bisa dianggap sebagai kode verbal, karena menurut Person bahasa merupakan segolongan simbol yang memiliki aturan untuk mengabungkan simbol-simbol tersebut untuk digunakan serta dipahami oleh suatu paguyuban. Sedangkan komunikasi non verbal merupakan cara menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata dan komunikasi non verbal dapat memberikan makna pada komunikasi verbal. Komunikasi verbal memiliki 3 klasifikasi yakni kinesics, paralinguistic, dan proxemix (bahasa ruang). Kinesics merupakan sebuah pesan non verbal yang penyampaianya menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh serta raut muka. Paralinguistic merupakan isyarat yang di munculkan dari tekanan atau irama suara sehingga penerima bisa memahami sesuatu

dibalik yang di tuturkan. Sedangkan proxemix (bahasa ruang) adalah jarak yang digunakan saat berkomunikasi dengan orang lain, termasuk tempat lokasi penerima pesan dalam komunikasi (komunikator).

Selain itu komunikasi kepemimpinan memiliki arti proses menghubungkan dan mengadakan perhubungan untuk mencapai keberhasilan dalam suatu kelompok yang sedang di pimpin salah satunya pembangunan, dalam menjalankan sebuah pembangunan seorang pemimpin harus memiliki pengetahuan mengenai komunikasi pembangunan. Komunikasi pembangunan merupakan usaha organisasi dalam meningkatkan keadaan sosial dan ekonomi menuju yang lebih berkembang atau maju. Selanjutnya yakni komunikasi model direct persuasive, secara Etimologi, model Direct Persuasive adalah pendekatan yang digunakan dalam komunikasi persuasif untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca dengan cara langsung dan tegas. Model ini bertujuan untuk merangsang emosi, kebutuhan, dan keinginan audiens dengan menggunakan argumen kuat, fakta, bukti, atau penilaian pribadi. Model direct persuasif biasanya melibatkan penggunaan bahasa yang persuasif, kata-kata yang membangkitkan emosi, repetisi, retorika, dan bukti kuat untuk meyakinkan audiens. Tujuan utamanya adalah untuk mengubah sikap, keyakinan, atau perilaku audiens dengan cara yang cepat dan langsung.

Komunikasi merupakan syarat mendasar untuk menjalin hubungan antar manusia, terutama seorang pemimpin. Komunikasi persuasif kepala desa merupakan bentuk komunikasi yang digunakan oleh kepala desa untuk mempengaruhi warganya, mendapatkan dukungan, dan mencapai tujuan tertentu. Kepala desa menggunakan berbagai teknik dan strategi persuasif untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku warga desa untuk mempromosikan kepentingan dan program pemerintah desa.

Komunikasi persuasif kepala desa dapat melibatkan penggunaan retorika yang kuat, argumen logis, emosi, bukti nyata, dan keahlian komunikasi interpersonal. Selain itu, kepala desa juga dapat menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan warga dalam pengambilan keputusan dan merancang program yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam hal ini, kepala desa berusaha membangun hubungan saling percaya dan membangun dukungan dari warga desa untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sebagai kepala desa, ada beberapa metode komunikasi yang dapat dilakukan untuk berinteraksi dengan warga desa dan memfasilitasi aliran informasi. Berikut ini beberapa metode komunikasi yang umum dilakukan oleh kepala desa:

1. Pertemuan Langsung: Kepala desa dapat mengadakan pertemuan langsung dengan warga desa untuk membicarakan berbagai masalah dan mendengarkan aspirasi serta kebutuhan mereka. Pertemuan semacam ini dapat dilakukan secara berkala, seperti pertemuan bulanan atau ad hoc ketika ada isu penting yang perlu dibahas.
2. Penggunaan Media Sosial: Kepala desa dapat memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Twitter, atau Instagram untuk berkomunikasi dengan warga desa. Melalui

akun media sosial resmi, kepala desa dapat membagikan informasi terkait kegiatan pemerintahan desa, pengumuman, atau berinteraksi langsung dengan warga yang mengajukan pertanyaan atau keluhan.

3. Surat Pemberitahuan: Kepala desa juga dapat menggunakan surat pemberitahuan resmi untuk mengkomunikasikan informasi penting kepada warga desa. Surat-surat ini dapat dikirim langsung ke rumah warga atau dipasang di tempat-tempat umum seperti balai desa, sekolah, atau tempat ibadah.

4. Sosialisasi dan Rapat Kelompok: Kepala desa dapat melakukan sosialisasi atau rapat kelompok dengan masyarakat desa untuk membahas isu-isu tertentu. Hal ini dapat dilakukan dengan mengundang kelompok-kelompok tertentu, seperti kelompok tani, kelompok ibu-ibu, atau pemuda desa, untuk mendiskusikan masalah-masalah yang relevan dengan kelompok tersebut.

5. Pelayanan Publik: Kepala desa juga dapat membuka kantor pelayanan publik di balai desa atau tempat yang mudah diakses oleh warga. Melalui pelayanan publik ini, warga dapat mengajukan pertanyaan, mengajukan permohonan administrasi, atau menyampaikan keluhan langsung kepada kepala desa atau staf yang ditunjuk.

6. Pendekatan Personal: Kepala desa juga bisa melakukan pendekatan personal dengan warga desa, seperti melalui kunjungan rumah ke warga yang membutuhkan perhatian khusus. Pendekatan ini membantu dalam memahami masalah yang dihadapi oleh warga secara lebih mendalam dan menunjukkan kepedulian kepala desa terhadap kebutuhan masyarakat.

Akan adanya hal tersebut penting bagi seorang kepala desa untuk memilih metode komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik warga desa serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan mudah dipahami dan dapat diakses oleh semua pihak yang berkepentingan, karena apabila metode komunikasi yang dipilih oleh kepala desa salah, maka akan mengakibatkan kesalahpahaman dan ketidakseimbangan informasi antara pemimpin dengan kepala desa.

Dalam hal ini penulis mengkaji penelitian mengenai model komunikasi yang diterapkan oleh pemimpin kepala desa di Desa Kebonagung Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. Desa Kebonagung merupakan desa yang dahulunya kawasan hutan atau rawa-rawa yang dipenuhi tumbuhan ilalang dan memiliki tanah yang gersang, sehingga kesuburan tanahnya kurang. Pada zaman dahulu Kebonagung terdiri dari empat wilayah, dan terdapat dua wilayah kebonagung yang tidak memiliki kepala desa (lurah), seiring berjalannya waktu, masyarakat sepakat untuk menggabungkan keempat wilayah menjadi satu dan dipimpin oleh satu orang kepala desa.

Kondisi Desa Kebonagung pada mulanya merupakan wilayah yang terpencil dan memiliki perekonomian yang rendah seperti rumah yang tidak layak huni, air bersih yang masih

terbatas dan masyarakat yang tidak memiliki mck atau tempat pembuangan air besar, sehingga masyarakat membuang air besar tidak pada tempatnya seperti di sawah dan sungai. Akan adanya permasalahan tersebut yang tidak kunjung selesai, Yeni Anang Setiawan selaku kepala desa Kebonagung pada tahun 2013 memiliki inovasi melakukan perubahan untuk membangun desa yang lebih bersih dan maju terhadap desa lainnya.

Inovasi yang dilakukan kepala Desa Kebonagung dalam membangun pembangunan desa yang lebih bersih dan maju adalah dengan cara melakukukan komunikasi direct persuasive, dimana kepala desa selalu melibatkan masyarakat dengan cara mengumpulkandalam rapat desa. Tujuan adanya rapat desadilakukan adalah untuk memberi wadah kepada masyarakat mengenai pendapat yang ingin disampaikan serta untuk mencari jalan keluar terhadap permasalahan yang sedang di hadapi oleh masyarakat. Selanjutnya pendapat dan permasalahan yang telah disampaikan tersebut akan dicarikan solusi serta di musyawarahkan untuk mencapai hasil yang mufakat. Permasalahan tersebut seperti program bedah rumah, dimana rumah masyarakat Desa Kebonagung yang sudah tidak layak huni akan mendapatkan bantuan dari pemerintah sebesar Rp 15.000.000 per unit rumah dari total 200 rumah bantuan program rumah yang didapatkan.

Menurut kepala desa bantuan dana bedah rumah dari pemerintah akan digunakan untuk membeli bahan bangunan. Namun mengingat jumlah bantuan yng diterima terbatas, kepala desa dan masyarakat melakukan rapat desa untuk mencarikan solusi dari permasalahan tersebut. Hasil dari rapat desa bersepakat bahwa untuk mencukupi kebutuhan program bedah rumah, masyarakat akan melakukan gotong royong atau memberikan bantuan tenaga mereka dalam proses membangun rumah masyarakat yang direnovasi tersebut. Sistem gotong royong tersebut dilakukan secara bergantian oleh masyarakat sampai program bedah rumah dari pemerintah selesai. Hal ini dilakukan untuk mengatasi dana dan bantuan tenaga yang terbatas dalam membantu program bedah rumah. Oleh karena itu dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat Desa Kebonagung diharapkan kebutuhan renovasi/program bedah rumah masyarakat dapat terpenuhi secara efektif.

Selama proses renovasi rumah berlangsung akan terdapat seorang pengawas yang akan mengawasi penggunaan dana bantuan dari pemerintah, termasuk dalam pembelian bahan bangunan yang diperlukan. Selama proses renovasi kepala desa dan masyarakat akan mengadakan pertemuan untuk membahas perkembangan dan kendala yang dihadapi selama program bedah rumah berlangsung. Jika terdapat kendala maka kepala desa dan masyarakat akan musyawarah dan memutuskan keputusan secara bersama-sama. Serta dengan dilakukannya komunikasi secara direct prsuasive oleh kepala desa diharapkan program bedah rumah tersebut berjalan secara efesien.

Desa Kebonagung juga mendapatkan program dari pemerintah yakni program padat karya yang berupa TPT (Tiang Penyangga Tanah) sepanjang 52 meter dan 92 meter yang dikerjakan di Dusun Patoman. Program padat karya merupakan sebuah program yang diilhami oleh gotong

royong, karena program ini tidak boleh dilakukan menggunakan lembaga kontraktor ataupun pemborong dari luar desa. Program padat karya ini dilaksanakan pada 20 November 2017 dan dijadwalkan akan tuntas selama 8 hari. Kepala desa Yeni Anang Setiawan mengatakan bahwa Desa Kebonagung juga mendapatkan prestasi sebagai kampung guyub rukun dari JTV Live, dimana hal itu tidak lepas dari dukungan yang diberikan oleh masyarakat setempat. Sedangkan dalam permasalahan air bersih yang masih terbatas, kepala desa Kebonaagung mengambil langkah dengan membuat PAM (perusahaan air minum), dimana langkah berani itu dilakukan dengan berdiskusi terhadap masyarakat untuk proses lebih lanjut mengenai program pembuatan PAM. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan kepala desa dan masyarakat, mereka sepakat jika sumber air PAM terdapat dari 2 sumber yang berada di Desa Kebonagung dan dalam pembuatan PAM tersebut masyarakat dan seluruh pihak baik kepala desa, badan permusyawaratan desa serta badan usaha milik desa melakukan sistem gotong royong yang bertujuan untuk program PAM Kebonagung berhasil dan sukses.

Program-program yang telah dibuat, dilaksanakan serta menghasilkan hasil yang maksimal tidak terlepas dari peran kepala desa terutama dalam penggunaan metode komunikasi yang dilakukan kepada masyarakat, karena komunikasi yang digunakan oleh kepala desa Yeni Anang Setiawan ialah direct persuasive, dimana komunikasi tersebut membuat masyarakat memiliki kesadaran terhadap pembangunan desa yang dibutuhkan. Selain masyarakat akan sadar mengenai pentingnya pembangunan desa, masyarakat juga akan sadar bahwa hal yang ada di sekitar mereka bisa dimanfaatkan dan diolah untuk kepentingan desa serta bisa digunakan oleh semua pihak baik masyarakat maupun pejabat desa untuk membuat program dalam memajukan desa mereka setempat.

KESIMPULAN

Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1979 tentang pemerintahan desa adalah suatu wilayah yang ditempati oleh sejumlah penduduk yang sebagai kesatuan masyarakat yang mempunyai organisasi pemerintah terendah langsung di bawah camat dan berhak menyelenggarakan rumah tangganya sendiri dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia. Desa dapat di klasifikasikan kedalam tiga bagian yaitu desa swadaya, desa swakarya, dan desa swasembada. Desa swakarya merupakan desa yang adat istiadatnya sudah terpengaruhi oleh dunia luar, dimana masyarakatnya sudah mengenal teknologi serta taraf pendidikannya yang lebih tinggi dari desa lainnya. Selain itu dalam proses pembangunan desa seringkali kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap proses pengambilan keputusan masih terbilang terbatas.

Oleh karena itu Model Direct Persuasive dapat menjadi alat yang efektif untuk mempengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat dalam mengenali kebutuhan mereka terhadap pembangunan desa. Model Direct Persuasive merupakan pendekatan komunikasi

dengan cara bertatap muka serta secara langsung mempengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku suatu kelompok masyarakat. Model persuasif berawal pada zaman renaissance, menguasai pengetahuan tentang proses psikologis menjadi hal yang sangat penting dalam studi retorika, seperti imajinasi, rasio dan kemauan. Selain itu model direct persuasive memiliki tujuan untuk merangsang emosi, kebutuhan, dan keinginan audiens dengan menggunakan argumen kuat, fakta, bukti, atau penilaian pribadi. Namun tujuan utama dari komunikasi direct persuasive adalah untuk mengubah sikap, keyakinan, atau perilaku audiens dengan cara yang cepat dan langsung. Komunikasi jenis ini biasanya digunakan atau dijadikan pegangan oleh kepala desa dalam mempengaruhi warganya baik dari sikap, keyakinan maupun perilaku.

Salah satu kepala desa yang menerapkan jenis komunikasi model direct persuasive adalah Desa Kebonagung, dimana kepala desa dalam membuat program atau menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan cara melibatkan masyarakat yakni

dengan mengumpulkan warganya di rapat desa. Pada agenda rapat desa itu kepala desa akan memberikan wadah kepada masyarakat untuk menyampaikan pendapat dan permasalahan yang sedang dihadapi. Permasalahan tersebut seperti program bedah rumah dimana masyarakat mendapatkan dana bantuan cukup terbatas dari pemerintah dan untuk menghadapi permasalahan itu kepala desa dan masyarakat melakukan rapat. Hasil dari rapat tersebut mereka sepakat untuk membantu dengan memberikan tenaga mereka yakni dengan cara gotong royong.

Melalui sistem gotong royong itu Desa Kebonagung berhasil mendapatkan program padat karya yang berupa TPT (Tiang Penyangga Tanah) sepanjang 52 meter dan 92 meter yang dikerjakan di Dusun Patoman. Program padat karya merupakan sebuah program yang terinspirasi dari gotong royong, karena program ini tidak boleh pengerjaannya menggunakan lembaga kontraktor ataupun pemborong dari luar desa. Selain itu Desa Kebonagung juga mendapatkan prestasi sebagai kampung guyub rukun dari JTV Live. Namun selain mendapatkan program-program dari pemerintah, Desa Kebonagung juga membuat PAM (Perusahaan Air Minum), dimana PAM tersebut digunakan untuk mengatasi air bersih yang terbatas serta PAM tersebut memiliki dua sumber air yang dikelola oleh masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- H.A, N., & Dadan, R. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI KEPALA DESA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN BERGOTONG ROYONG. *Jurnal ATSAR UNISA*, 1, 77– 85.
- Mirawati, I. (2021). PEMANFAATAN TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF PADA PENELITIAN E-COMMERCE DI ERA DIGITAL. *Medium*, 9(1), 58–80.
[https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Pamungkas, B. A. (2019). Pelaksanaan Otonomi Desa Pasca Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. *JURNAL USM LAW REVIEW*, 2(2), 210.
<https://doi.org/10.26623/julr.v2i2.2271>
- Sarjono, & Jasman. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI KEPALA DESA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN GOTONG ROYONG MASYARAKAT. *At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 12, 62–77.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D. ALFABETA, CV.
- Tazid, A. (2020). INTERELASI DISIPLIN ILMU SOSIOLOGI. CV. Jakad Media Publishing. Usat, M. (2013). FUNGSI KEPEMIMPINAN KEPALA ADAT DALAM PEMBANGUNAN DESA KELUBIR KECAMATAN TANJUNG PALAS UTARA KABUPATEN BULUNGAN. *eJournal Administrasi Negara*.