

ANALISIS KOMUNIKASI DALAM MENUMBUHKAN SIKAP BELA NEGARA DI MASYARAKAT

Aska Leonardi, Sumiyati

askaleonardi@yahoo.co.id
sumiyati.aprilia@gmail.com

ABSTRAK

Dalam upaya menumbuhkan sikap bela negara seluruh Warga Negara Indonesia, komunikasi menjadi alat atau sarana untuk menyampaikan pesan-pesan bela negara yang di dalamnya terkandung nilai-nilai bela negara sebagai landasan sikap dan perilaku sekaligus menjadi kultur dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Permasalahannya adalah bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh Kementerian Pertahanan dapat berfungsi untuk melakukan pembinaan kesadaran bela negara kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui Direktorat Bela Negara. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan Direktorat Bela Negara dalam menumbuhkan sikap bela negara seluruh Warga Negara Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Adapun untuk memperoleh data secara rinci penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menanamkan nilai-nilai bela negara pada Masyarakat Indonesia, Direktorat Bela Negara menggunakan strategi dari unsur-unsur komunikasi dari mulai penetapan komunikator, komunikasi, pesan, media maupun efek yang diharapkan.

Kata Kunci : *Komunikasi, Sikap, Bela Negara*

LATAR BELAKANG

Kelangsungan hidup bangsa dan negara termasuk Indonesia akan sangat bergantung dari bagaimana sikap dan perilaku masyarakat sebagai warga negara mencintai dan membela negaranya. Pembelaan kepada negara sangat penting dilakukan oleh seluruh masyarakat sebagaimana tersebut pada Pasal 27 ayat (3) UUD 1945 disebutkan bahwa “setiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam upaya pembelaan negara”.

Bela negara adalah sikap dan perilaku serta tindakan warga negara yang dijiwai oleh kecintaannya kepada Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam menjamin kelangsungan hidup bangsa dan bernegara (Kementerian Pertahanan, 2010 : 2). Hak dan kewajiban bela negara sebagaimana tercantum pada pasal 2 ayat 3 UUD 1945 tersebut di atas harus diketahui, dimengerti dan dipahami oleh seluruh masyarakat sehingga timbul sikap bela negara yang dalam hal ini harus dilakukan melalui komunikasi. Komunikasi sangat penting dalam menanamkan pengertian, pemahaman agar tumbuh sikap bela negara.

Yang menjadi permasalahan adalah bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan pemerintah agar konsepsi bela negara tidak hanya sekedar rumusan ide yang berfungsi sebagai jargon belaka, namun diwujudkan dan diimplementasikan dalam interaksi sosial di masyarakat. Komunikasi akan efektif jika semua komponen komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikasi dan efek berjalan dengan baik, dan hal ini melalui strategi komunikasi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui komunikasi yang efektif yang dilakukan pemerintah agar dapat membentuk watak, karakter, dan jati diri bangsa, serta upaya aktualisasi nilai-nilai bela negara dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara

yang merupakan misi penting untuk dikedepankan agar nilai-nilai bela negara menjadi landasan sikap dan perilaku sekaligus menjadi kultur dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

TINJAUAN PUSTAKA

KOMUNIKASI EFEKTIF

Dalam komunikasi untuk menumbuhkan sikap bela negara agar efektif akan sangat bergantung pada siapa komunikatornya, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, komunikasi serta efek yang terjadi. Agar komunikasi yang dilakukan efektif diperlukan strategi komunikasi. Effendy (2005 : 32) menyatakan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Keberhasilan suatu strategi tergantung pada bagaimana efektifnya perencanaan strategi dalam mengadaptasi sumber daya yang dimiliki, serta berfokus tidak hanya pada tujuan, melainkan juga prosesnya. Strategi berada dalam posisi untuk menetapkan proses dan tujuan operasional yang realistis bagi organisasi. Berdasar pendapat tentang strategi komunikasi yang dikemukakan Effendy tersebut di atas maka strategi komunikasi dan manajemen komunikasi dalam menumbuhkan sikap bela negara. Dalam perencanaan dan manajemen dalam komunikasi adalah perencanaan dan manajemen komunikator, pesan, media, komunikasi dan efek. Sebagaimana dikemukakan Harol Lasswell bahwa untuk memudahkan dalam menjelaskan komunikasi dengan cara menjawab pertanyaan *Who?* (siapa/sumber) komunikator, *says what* (pesan) apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan *in which channel* (saluran/media) wahana/alat untuk menyampaikan pesan *to whom* (penerima/kepada siapa) orang/kelompok yang menerima pesan, *with what effect* (dampak/efek) dampak/efek yang terjadi pada komunikasi (penerima).

SIKAP

Pada 1888 Lange menggunakan istilah sikap dalam bidang eksperimen mengenai respon untuk menggambarkan kesiapan subjek dalam menghadapi stimulus yang datang tiba-tiba. Oleh Lange, kesiapan (*set*) yang terdapat dalam diri individu untuk memberikan respon itu disebut *aufgabe* atau *task attitude*. Jadi, menurut istilah Lange dalam Azwar (2011 : 4) :

“Sikap tidak hanya merupakan aspek mental semata melainkan mencakup pula aspek respon fisik. Masalah sikap manusia merupakan salah satu telaah utama di bidang sosiologi. Meskipun begitu, sikap manusia dalam keilmuan psikologi memiliki akar telaahnya sendiri. Pengertian sikap secara umum di bidang sosiologi sangat berkesesuaian dengan pengertian sikap dalam dunia psikologi. Pembahasan masalah sikap manusia, digunakan untuk menjelaskan mengapa orang-orang dapat berperilaku berbeda dalam situasi yang sama”.

Manifestasi sikap tidak dapat dilihat langsung, akan tetapi harus ditafsirkan terlebih dahulu sebagai tingkah laku yang masih tertutup. Secara operasional pengertian sikap menunjukkan konotasi adanya penggunaan praktis, sikap seringkali dihadapkan dengan rangsang sosial dan reaksi yang bersifat emosional. Konsep respons-respons sikap yang berupa kognisi, afeksi, dan konasi bukan sekedar cara klasifikasi definisi sikap, melainkan

suatu telaah yang lebih dalam. Sikap merupakan konstelasi komponen-komponen kognitif, afektif yang saling berinteraksi dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu objek.

Kepribadian seseorang menjadi penentu dalam pengembangan atau pembentukan sikap. Selain berasal dari dalam diri, sikap juga dipengaruhi faktor-faktor yang berasal dari luar, yaitu lingkungan, situasi yang dihadapi, pengalaman, serta hambatan-hambatan yang ditemuinya, yang menyebabkan seseorang menentukan sikap. Faktor-faktor baik dari dalam ataupun luar kemudian membentuk suatu sikap yang bereaksi terhadap objek yang dihadapinya saat itu yang membuat seseorang suka atau tidak suka kepada objek.

Dalam interaksi sosialnya, individu bereaksi membentuk pola sikap tertentu terhadap objek psikologis yang dihadapinya. Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap antara lain (Azwar, 1995:30-38) :

- 1). Pengalaman pribadi.
- 2). Pengaruh orang lain yang dianggap penting.
- 3). Pengaruh budaya.
- 4). Pengaruh media massa.
- 5). Lembaga pendidikan dan Agama.
- 6). Pengaruh faktor emosional.

Sikap memiliki kecenderungan, dimana dapat memprediksi tingkah laku yang terjadi, jika telah diketahui sikapnya. Diawali proses yang cukup kompleks sebagai titik awal untuk menerima stimulus adalah melalui alat indera seperti penglihatan, pendengaran, alat raba, rasa, dan bau. Semua proses ini bersifat tertutup, sebagai dasar pembentukan sikap yang akhirnya terjadi tindakan bersifat terbuka yang disebut tingkah laku. Jadi sikap belum merupakan suatu tindakan, akan tetapi predisposisi tingkah laku.

BELA NEGARA

Menurut Basrie (1998 : 2), yang dimaksud dengan pembelaan negara atau bela negara adalah “Tekad, sikap, dan tindakan warga negara yang teratur, menyeluruh, terpadu dan berlanjut yang dilandasi oleh kecintaan pada tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara Indonesia, keyakinan akan Pancasila sebagai ideologi negara, dan kerelaan untuk berkorban guna meniadakan setiap ancaman baik dari luar maupun dari dalam negeri yang membahayakan kemerdekaan dan kedaulatan negara, kesatuan dan persatuan bangsa, keutuhan wilayah dan yuridiksi nasional, serta nilai-nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945”.

Dengan demikian dapat dikatakan bawa esensi dasar bela negara adalah bersikap dan berbuat serta bertindak yang terbaik bagi bangsa dan negara yang dilandasi kecintaan pada tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara dan berkeyakinan pada ideologi negara dan kerelaan berkorban demi kepentingan negara.

Nilai dasar bela negara merupakan nilai kenegaraan yang terkait dengan upaya mempertahankan kelangsungan hidup bangsa dan negara. Nilai dasar bela negara mencakup (Kementerian Pertahanan, 2010 : 10) :

1. Cinta tanah air.
2. Kesadaran berbangsa dan bernegara.
3. Yakin akan Pancasila sebagai ideologi negara, yaitu :
4. Rela berkorban untuk bangsa dan negara, dapat dilakukan seperti :
5. Memiliki kemampuan awal bela negara, seperti :

Kelima nilai bela negara tersebut agar dapat tumbuh sikap bela negara kepada seluruh masyarakat Indonesia perlu strategi komunikasi bagaimana cara menanamkan pengetahuan, pengertian dan pemahaman sehingga tumbuh sikap bela negara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena dengan melalui pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam konteks kondisi tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik. Teknik yang digunakan teknik analisis deskriptif. Menurut Bodgan dan Taylor dalam Moloeng (2001 : 3), pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”.

Penelitian untuk mendeskripsikan tentang Strategi Komunikasi Dalam Menumbuhkan Sikap Bela Negara di Masyarakat, sehingga dapat memberi pandangan yang lengkap dan mendasar mengenai upaya menumbuhkan sikap bela negara di masyarakat, yang dilakukan oleh pemerintah Republik Indonesia.

Narasumber kunci pada penelitian ini adalah Direktorat Bela Negara Dirjen Potensi Pertahanan Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. Dari mereka diharapkan penulis dapat memperoleh data dan informasi mengenai strategi komunikasi dalam menumbuhkan sikap bela negara di masyarakat.

Pengumpulan data dilakukan dalam *setting* alamiah (*natural setting*). Dalam hal ini yang menjadi data primer adalah hasil wawancara terhadap para narasumber dan pengamatan berperan serta langsung yang dilakukan peneliti ini, dan sebagai data sekunder penelitian ini adalah kajian terhadap sumber-sumber lain seperti buku-buku dokumen, media cetak, internet dan lain-lain. Cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), dokumentasi dan gabungan kegiatannya. Senada dengan pendapat Sugiono (2005 : 63). Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap sejumlah informan serta melalui observasi berpartisipasi (*participant observation*) dan data sekunder diperoleh dari kajian buku-buku, media massa cetak, dokumen, catatan-catatan, video dokumenter, photo-photo, dan literatur lainnya dari berbagai sumber yang tersedia.

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan studi kepustakaan untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang berbagai temuan penelitian. Pembahasan dilakukan dengan metode komperatif atas hasil wawancara dengan informan, studi kepustakaan sekaligus membandingkan hasil observasi. Menurut Iles dan huberman (1992 : 16), bahwa analisis kualitatif masih menggunakan kata-kata, yang biasanya disusun kedalam teks yang diperluas. Metode analisis data dalam penelitian ini merujuk pada pendapat B. Sutopo (1996 : 84-87) yang disebut model analisis interaktif, dimana ada beberapa tahapan yang ditempuh, yaitu: reduksi data; penyajian data; penarikan kesimpulan dan verifikasi. Untuk mendapatkan keabsahan data digunakan teknik pemeriksaan data, menurut Moleong (2001 : 173), “Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah cerita tertentu, antara lain adanya derajat kepercayaan atau kredibilitas”.

Teknik pengukuran tingkat kredibilitas data, yaitu : *Perpanjangan keikutsertaan*, *Ketentuan pengamatan* dan *Triangualistik*. Penafsiran penelitian ini menggunakan triangulasi data. Menurut Moleong (2001 : 88), triangulasi adalah cara terbaik menghilangkan perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam kontak sesuatu menyimpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. DALAM PENETAPAN KOMUNIKATOR

Menurut Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2014 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pertahanan Pasal 538, Direktorat di

Kementerian Pertahanan yang berfungsi untuk melaksanakan pembinaan kesadaran bela negara kepada masyarakat adalah Direktorat Bela Negara, yang mana dijelaskan “Direktorat Bela Negara selanjutnya disebut Dit Belneg adalah unsur pelaksana tugas dan fungsi Ditjen Potan dipimpin oleh Direktur Bela Negara disebut Dir Bela Negara mempunyai tugas merumuskan dan melaksanakan kebijakan serta standarisasi teknis, pemberian bimbingan teknis, dan evaluasi di bidang pembinaan kesadaran bela negara.”

Direktorat Bela Negara kerja sama dengan lembaga-lembaga lain, dengan tujuan agar program kegiatan dapat berlangsung efektif. Dalam setiap pembinaan yang dilakukan senantiasa dibekali oleh pemateri profesional yang telah mempunyai pengetahuan serta pengalaman di bidangnya masing-masing. Individu yang dipilih dan ditetapkan oleh Direktorat Bela Negara untuk menjadi pemateri, harus memiliki kredibilitas selaku komunikator. Mengenai kredibilitas komunikator, Rakhmat (2001 : 260) menuturkan :

“Dua komponen kredibilitas yang paling penting ialah keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Tentu sebaliknya, komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu, atau bodoh.”

Komunikasi dapat terjalin efektif apabila dilakukan oleh komunikator yang berkredibilitas terhadap komunikan. Pentingnya kredibilitas komunikator dalam komunikasi telah dijelaskan oleh Mar’at (1982 : 25), yang mengatakan :

“Penilaian target terhadap sumber komunikasi merupakan salah satu faktor utama yang berpengaruh dalam usaha agar persuasi dapat berhasil. Perubahan sikap yang lebih besar akan terjadi bila sumber dianggap mempunyai kredibilitas tinggi, dapat dipercaya, dan/atau pada umumnya disenangi oleh target.”

Selain mendatangkan pemateri yang memiliki keahlian sesuai bidang, Direktorat Bela Negara juga senantiasa menghadirkan pemateri yang mempunyai kesamaan latar belakang dengan peserta kegiatan pembinaan kesadaran bela negara. Oleh karenanya, pemilihan dan penetapan pemateri dalam setiap kegiatan, bisa dikatakan kontekstual atau tematik, disesuaikan dengan kebutuhan khalayak yang menjadi peserta. Secara afeksi, kesamaan latar belakang antara pemateri dengan peserta pembinaan dapat menjalin kedekatan faktor emosional bagi keduanya. Selain itu, adanya kesamaan latar belakang juga memosisikan pemateri sebagai sosok figure, sehingga diharapkan, peserta kegiatan akan bersedia secara sukarela menerapkan nilai-nilai bela negara dalam kehidupan sehari-hari, sebagaimana yang telah dicontohkan oleh pemateri. Urgensi kesamaan latar belakang antara komunikator dengan komunikan diterangkan oleh Alexis Tan (1981 : 85), dimana :

“*Audiens* akan lebih tertarik pada sumber yang memiliki persamaan demografi dengannya, seperti persamaan usia, pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, agama dan tempat tinggal. Semua persamaan itu membuat sumber menjadi lebih menarik perhatian audiens karena diidentifikasi sebagai diri mereka sendiri. Audiens menganggap sumber sebagai ”salah satu dari kita” yang memiliki kebutuhan dan tujuan yang sama. Apabila sumber dapat menunjukkan kesamaan karakteristik dengan audiens maka audiens akan menerima pesan yang disampaikan sumber sebagai suatu rekomendasi yang mengandung kebaikan bagi ”kita semua.”

2. PENETAPAN TARGET SASARAN DAN ANALISIS KEBUTUHAN KHALAYAK

Khalayak yang menjadi target sasaran Direktorat Bela Negara dalam upaya menanamkan nilai-nilai bela negara adalah seluruh Warga Negara Indonesia, sejak usia dini hingga dewasa. Dalam buku Tataran Dasar Bela Negara (2010 : 1), dinyatakan :

“Penyelenggaraan Pendidikan Kesadaran Bela Negara dilaksanakan sejak usia dini hingga dewasa dalam rangka membangun karakter Bangsa Indonesia yang mempunyai tekad jiwa bersatu, memiliki kesadaran berbangsa dan bernegara yang tinggi sesuai dengan nilai-nilai Pancasila, serta memiliki kemampuan awal bela negara, baik secara psikis dan fisik.”

Menurut *informan* Kepala Seksi Materi dan Metode Direktorat Bela Negara, Letkol Eka Sundawan, alasan perlunya dilakukan pembinaan sejak usia dini adalah dikarenakan kesadaran untuk membela negara tidaklah dibawa sejak lahir, sehingga harus ditanamkan melalui pembinaan kesadaran bela negara. Pembinaan kesadaran bela negara adalah suatu keniscayaan yang harus dilakukan oleh setiap Warga Negara Indonesia, guna memastikan bahwa tujuan pembangunan nasional dapat tercapai.

Karena luasnya wilayah Republik Indonesia, banyaknya jumlah penduduk, beragamnya latar belakang pendidikan, usia, jenis pekerjaan, dan lain sebagainya, maka diklasifikasi khalayak ke dalam tiga kelompok sasaran, dengan tujuan agar Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Perlunya klasifikasi kelompok sasaran dalam strategi komunikasi, dijelaskan oleh Cangara (2014 : 137), yaitu :

“Karena manusia tidak bisa dipisahkan dengan kelompok, maka masyarakat sering dikelompokkan menurut segmentasi. Misalnya ada kelompok masyarakat yang hidup dengan mata pencaharian sebagai petani, maka ia menjadi segmen petani. Ada kelompok masyarakat yang hidup dengan gaji sebagai pegawai pemerintah maka ia menjadi segmen pegawai, demikian pula ada segmen menurut agama, minat, pendidikan, jenis kelamin, usia, dan lain-lain.”

Tiga kelompok sasaran yang klasifikasi adalah khalayak lingkungan pekerjaan, khalayak lingkungan pemukiman, serta khalayak lingkungan pendidikan.

Cara yang ditempuh oleh Direktorat Bela Negara dengan mengklasifikasi khalayak dalam menentukan target sasaran pembinaan kesadaran bela negara, telah dijelaskan pula oleh Cangara (2014 : 137). Dimana terdapat tiga cara yang bisa dipakai guna memetakan karakteristik masyarakat. Ketiga cara itu adalah :

- a. Aspek sosiodemografik, mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, tingkat pendapatan (*income*), agama, ideologi, etnis, termasuk pemilikan media.
- b. Aspek profil psikologis, mencakup sikap yang tercermin dari kejiwaan masyarakat, misalnya tempramen, tenang, sabar, terbuka, emosional, tidak sabar, dendam, antipati, terus terang, tertutup, berani, penakut.
- c. Aspek karakteristik perilaku masyarakat, mencakup kebiasaan-kebiasaan yang dijalani dalam kehidupan suatu masyarakat. Misalnya agamais, santun, suka pesta dan mabuk-mabukan, suka menabung, suka protes, tenggang rasa (*tepo seliro*), pelit dan ekonomis (*serba perhitungan*), boros, suka menolong, solidaritas tinggi, individual, jujur, tanggung jawab.

Kemudian langkah selanjutnya yang dilakukan adalah memetakan khalayak di tiga kelompok sasaran Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara ini ke dalam dua sub-kelompok khalayak, yaitu kelompok pembentukan, dan kelompok pemeliharaan. Sehingga terdapat khalayak target pembentukan dan khalayak target pemeliharaan di lingkungan pendidikan, khalayak target pembentukan dan khalayak target pemeliharaan di lingkungan pemukiman, serta khalayak target pembentukan dan khalayak target pemeliharaan di lingkungan pekerjaan.

Direktorat Bela Negara juga memiliki sasaran prioritas untuk diberikan pemahaman tentang bela negara yaitu orang-orang yang disinyalir memiliki sudut pandang radikal dalam bersikap dan berperilaku di kehidupannya sehari-hari, sehingga nantinya, setelah mengikuti Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara, sikap dan perilakunya akan berubah sesuai dengan nilai-nilai dan jati diri Bangsa Indonesia.

3. TEKNIK PENYUSUNAN PESAN

Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Republik Indonesia untuk menginternalisasi nilai-nilai bela negara kepada seluruh Warga Negara Indonesia, sehingga diharapkan kelak akan digunakan sebagai

pedoman dalam bersikap dan berperilaku di kehidupan sehari-hari. Karenanya, pesan yang harus dapat dipahami oleh masyarakat berbagai kalangan. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kesalahpahaman, bahwa kesadaran bela negara bukan hanya berkaitan dengan kemiliteran semata. Agar pesan dapat dipahami oleh seluruh masyarakat, maka upaya yang dilakukan dalam proses penyebarluasannya adalah dengan menyederhanakan pesan, serta mengemasnya secara menarik. Bentuk penyederhanaan pesan ini dapat terlihat pada pemilihan kata-kata yang dinamis, penyusunan kalimat yang tidak rumit bertele-tele, penggunaan Bahasa Indonesia yang tidak selalu formal dan baku, pemakaian istilah-istilah yang senantiasa digunakan dalam kegiatan masyarakat sehari-hari, dan disertai dengan gambar-gambar juga simbol-simbol yang menarik.

Direktorat Bela Negara juga bekerjasama dengan pemangku kepentingan lain dalam penyusunan pesan, baik individu ataupun lembaga. Direktorat Bela Negara memberikan keleluasaan bagi pemangku kepentingan lain dalam teknis penyusunan pesan, tetapi esensi pesan berupa nilai-nilai bela negara haruslah tetap ada. Hal ini dilakukan oleh karena Direktorat Bela Negara menggunakan beberapa metode dalam mensosialisasikan nilai-nilai bela negara kepada masyarakat.

Dalam metode internalisasi nilai-nilai bela negara melalui pendidikan, pesan yang disampaikan akan diselaraskan dengan tugas pokok dan fungsi Direktorat Bela Negara, serta lembaga terkait yang bertindak sebagai narasumber. Sehingga dalam setiap kegiatan, pesan akan terdiri dari materi mengenai nilai-nilai bela negara yang menjadi materi wajib, serta pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta kegiatan.

Melalui berbagai cara penyusunan dan penyampaian pesan yang menarik mengenai bela negara, Direktorat Bela Negara berupaya agar proses internalisasi nilai-nilai bela negara berlangsung efektif. Sehingga mampu mempersuasi khalayak untuk menerapkan nilai-nilai bela negara dalam kehidupan sehari-hari. Dimana secara ilmiah dijelaskan oleh Cangara (2014 : 140) :

Suatu pesan (ide) yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan daya persuasi, maka khalayak akan tertarik untuk memiliki ide itu.

4. PEMILIHAN MEDIA ATAU SALURAN KOMUNIKASI

Dalam pemilihan saluran komunikasi, Direktorat Bela Negara juga menggunakan berbagai media yaitu saluran komunikasi melalui media lama, seperti komunikasi tatap muka, buku, televisi, radio, *compact disc*, *video compact disc*, film, papan iklan elektronik, hingga media baru, seperti *website*, dan media sosial.

Direktorat Bela Negara juga membuat buku pedoman, selain menjalin kerjasama dengan beberapa kementerian. Tujuannya agar proses internalisasi nilai-nilai bela negara dapat diselaraskan dengan program-program yang dilaksanakan oleh kementerian lain.

5. TELEPON SELULAR DAN SMS

Terjadi pergeseran pada penggunaan telepon seluler dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi. Telepon seluler yang pada awal kemunculannya hanya memiliki fitur telepon dan sms, sekarang ini sudah dilengkapi dengan berbagai fitur aplikasi media sosial seperti *youtube*, *email*, *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan fitur-fitur lainnya. Fitur-fitur inilah yang dimanfaatkan oleh Direktorat Bela Negara untuk memudahkan proses penyebarluasan nilai-nilai bela negara kepada masyarakat. Telepon seluler menjadi salah satu media internalisasi nilai-nilai bela negara kepada masyarakat, melalui aplikasi-aplikasi media sosialnya dan sedangkan fitur sms tidak digunakan.

6. PRODUKSI MEDIA

Pada upaya internalisasi nilai-nilai bela negara melalui pemanfaatan media, Direktorat Bela Negara senantiasa berupaya untuk bekerja sama dengan pemangku kepentingan lain dalam proses produksinya. Sebagaimana terlihat pada proses produksi pembuatan film berjudul *Seteru*, Direktorat Bela Negara diketahui menjalin kerja sama dengan sutradara Hanung Bramantyo. Melalui pembuatan album yang berisi lagu-lagu bertemakan bela negara untuk anak-anak. Direktorat Bela Negara sudah memiliki kemitraan dengan penyanyi Titik Puspa untuk menggarap album “Duta Cinta dan Titiek Puspa. Kemudian melalui media elektronik, yakni televisi, dan radio. Diketahui bahwa Direktorat Bela Negara juga telah menjalin kerjasama dengan media massa nasional, maupun lokal, yang dapat menjangkau hingga ke pelosok wilayah Indonesia. Format acaranya pun beragam, namun terkandung nilai-nilai bela negara di dalamnya.

Melalui media sosial, Direktorat Bela Negara bekerja sama dengan PT. Idekami Kreatif Komunika dalam membuat situs internet <https://www.belaindonesiaku.id/>, untuk kemudian disebarluaskan pula melalui media sosial lain, seperti Facebook.

7. UJI AWAL MATERI KOMUNIKASI

Direktorat Bela Negara tidak melakukan uji awal terhadap materi-materi yang disosialisasikan pada Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara. Tidak adanya uji awal ini dikarenakan Direktorat Bela Negara telah menyerahkan sepenuhnya produksi materi kepada para pemangku kepentingan lain sesuai bidangnya masing-masing, sehingga kelayakan materi adalah tanggung jawab masing-masing pemangku kepentingan. Semisal pada materi tentang narkoba, dimana pembuatan materi sepenuhnya menjadi tanggung jawab Badan Narkotika Nasional. Materi tentang terorisme, produksinya menjadi tanggung jawab Badan Nasional Penanggulangan Terorisme. Untuk film bertema bela negara, materi dipercayakan pada sutradara Hanung Bramantyo. Direktorat Bela Negara hanya menginstruksikan agar memasukkan pesan berupa nilai-nilai bela negara dalam film yang diproduksi. Namun demikian, pembuatan materi tentang nilai-nilai bela negara yang disosialisasikan dalam Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara adalah tugas dari Kementerian Pertahanan.

8. PENYEBARLUASAN MEDIA KOMUNIKASI

Direktorat Bela Negara menggunakan beragam cara dalam upaya penyebaran media berisi pesan bela negara, yang mana disesuaikan dengan produksi medianya. Film bertema bela negara berjudul “*Seteru*,” yang ini ditayangkan hanya di beberapa bioskop saja, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan kepada khalayak, dan tidak diproduksi guna meraup keuntungan bisnis. Lagu-lagu bertema bela negara disebarluaskan dalam bentuk cakram padat kepada para pelajar melalui sekolah-sekolah di Indonesia. Sehingga dapat diketahui bahwa penyebaran nilai-nilai bela negara melalui film, dan lagu sama-sama menggunakan cakram padat.

Selanjutnya, penyebaran media komunikasi menggunakan media elektronik, baik televisi, juga radio. Pesan bela negara diproduksi dalam bentuk program acara, seperti talkshow, hingga konser musik. Untuk radio, Direktorat Bela Negara memilih stasiun radio yang memiliki jaringan hingga ke pelosok. Penyebaran media komunikasi juga terus dikembangkan yaitu dengan menggunakan papan iklan di pinggir-pinggir jalan, agar pesan-pesan mengenai nilai-nilai bela negara lebih terinformasikan kepada masyarakat luas.

9. ANALISIS EFEK KOMUNIKASI

Adanya Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara dapat menimbulkan efek terhadap seseorang untuk bertindak dan berbuat yang terbaik demi bangsa dan negara Indonesia sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Di contohkan, dengan menjadikan nilai-nilai bela negara sebagai landasan, seorang guru senantiasa bertindak yang terbaik dalam kapasitasnya sebagai seorang guru. Bersedia mengajar di daerah-daerah perbatasan, serta secara sukarela berupaya mencerdaskan masyarakat yang ada di daerah-daerah terpencil. Begitu pula seorang dokter, yang bersedia ditempatkan di daerah-daerah pedalaman, dan pulau-pulau terluar NKRI, sehingga berguna bagi masyarakat.

Efek komunikasi dari Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara terbagi menjadi perubahan kognisi, afeksi, dan konasi. Namun demikian, efek berbeda tergantung dari jenis kegiatan yang dilakukan dalam Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara. Pada metode melalui film, efek difokuskan dalam upaya untuk merubah kognisi, dan afeksi masyarakat tentang bela negara. Yakni memberi pengetahuan tentang bela negara, serta menggugah sisi emosional penontonnya. Setelah menonton film berjudul “Seteru,” mendengarkan lagu-lagu bertema bela negara, internalisasi nilai-nilai bela negara dengan menggunakan media sosial, melalui pendidikan dan latihan maka diharapkan seseorang dapat memahami bahwa sebagai bagian dari Bangsa Indonesia, maka setiap Warga Negara Indonesia harus mampu hidup rukun, dan damai di tengah masyarakat yang terdiri dari berbagai macam suku dan agama.

10. MEMOBILISASI KELOMPOK BERPENGARUH

Dalam melaksanakan Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara, Direktorat Bela Negara juga menjalin kerja sama dengan pihak-pihak yang berpengaruh di masyarakat, terutama apabila kegiatan internalisasi bela negara dilakukan dalam bentuk pendidikan dan pelatihan, maka pihak berpengaruh akan dilibatkan baik sebagai pelaksana kegiatan, maupun sebagai peserta kegiatan. Dimana sebagai pelaksana kegiatan, Direktorat Bela Negara bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat sehingga dalam setiap penyelenggaraan sosialisasi bela negara, selalu menyertakan dan memberdayakan pemerintah daerah setempat selaku pihak yang berpengaruh. Untuk kemudian, pemerintah daerahlah yang akan mencari peserta kegiatannya.

Kelompok berpengaruh yang terlibat sebagai peserta kegiatan, diklasifikasi berdasarkan tiga kelompok sasaran, yakni lingkungan pemukiman, pekerjaan, dan pendidikan. Pada lingkungan pemukiman, yang dijadikan kader adalah tokoh masyarakat, tokoh agama, atau perwakilan organisasi masyarakat. Pada lingkungan pendidikan, yang menjadi sasaran adalah dosen, dan guru. Untuk lingkungan pekerjaan, adalah perwakilan dokter, kelompok petani, atau pegawai negeri.

11. PENETAPAN RENCANA ANGGARAN

Yang menjadi prioritas kegiatan utama dalam Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara adalah metode pendidikan dan latihan bela negara. Metode pendidikan dan latihan bela negara diselenggarakan ke berbagai daerah, dan dilaksanakan oleh Direktorat Bela Negara melalui kerja sama dengan pemerintah daerah. Namun demikian, anggaran kegiatan tetap menjadi tanggung jawab Direktorat Bela Negara. Kerja sama dilakukan dalam bentuk pemanfaatan sarana dan prasarana.

Kegiatan pendidikan dan latihan bela negara yang diselenggarakan oleh kementerian anggarannya berasal dari kementerian pelaksana. Tetapi, apabila membutuhkan, dapat bekerja sama dengan Kementerian Pertahanan, atau kesatuan TNI di daerah, dalam rangka penggunaan sarana dan prasarana.

Penetapan rencana anggaran terbagi atas empat periode dalam satu tahun. Dalam satu periode, rentang waktunya adalah selama tiga bulan.

12. PENYUSUNAN JADWAL KEGIATAN (*TIME SCHEDULE*)

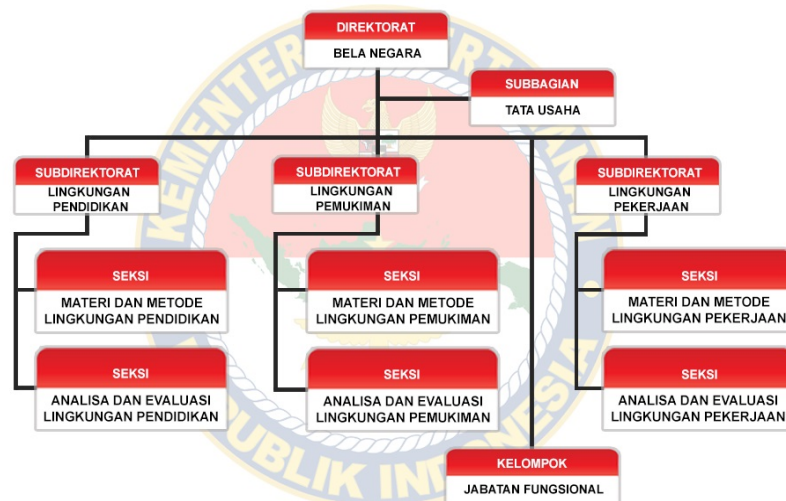
Penyusunan jadwal kegiatan diklasifikasi berdasarkan tempat atau lokasi, yaitu diprioritaskan pada daerah-daerah konflik, daerah perbatasan dan daerah yang sering terjadi tindak kriminal. Dapat dikatakan bahwa penjadwalan kegiatan menggunakan skala prioritas pada daerah yang sedang mengalami disintegrasi, sehingga dilakukan pendekatan melalui sosialisasi bela negara. Sedangkan penjadwalan waktu kegiatan disesuaikan dengan anggaran tahunan, yang terbagi dalam empat triwulan. Untuk Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara, seperti pelatihan, pembuatan film, pembuatan buku, pembuatan lagu, pelaksanaan kegiatannya adalah dilakukan secara serentak. Setiap tahunnya, kegiatan yang rutin terjadwal adalah pelatihan. Kalau untuk film, sangatlah terbatas. Tidak setiap tahun dilakukan pembuatan film, hanya tahun 2017 saja.

13. PENETAPAN TIM KERJA

Dapat dikatakan bahwa strategi pembentukan tim kerja dalam menangani masalah bela negara adalah dengan cara melibatkan pejabat daerah setempat yang selanjutnya akan menunjuk kesbangpol setempat yang kemudian menunjuk orang-orang mempunyai profesi sesuai yang dibutuhkan.

Pengklasifikasian khalayak ke dalam tiga kelompok sasaran, yakni lingkungan pekerjaan, lingkungan pemukiman, dan lingkungan pendidikan, sebagaimana unit kerja yang terdapat dalam struktur organisasi Direktorat Bela Negara. Setiap penyelenggaraan pembinaan kesadaran bela negara pun selalu menyertakan, dan justru memberdayakan pemerintah daerah.

ORGANISASI DIT BELA NEGARA



14. EVALUASI DAN AUDIT KOMUNIKASI

Dalam kegiatan yang berkaitan dengan masalah bela negara akan diukur dari bagaimana tingkat kesadaran masyarakat yang telah diberikan pembekalan. Litbang akan mengevaluasi sejauhmana tingkat respon masyarakat, dan juga terkait dengan materi kegiatan. Pertama terkait dengan evaluasi program, kemudian respon masyarakat terhadap kegiatan-kegiatan bela negara. Biasanya, selama ini secara makro, kalau suatu daerah sudah pernah menyelenggarakan Program Pembinaan Kesadaran Bela Negara, berarti sudah dapat diukur

respon masyarakatnya. Empirisnya, apabila organisasi semakin antusias, maka kepedulian terhadap nilai kebangsaannya semakin meningkat. Jadi dengan banyaknya keinginan, respon dari kementerian, lembaga, organisasi masyarakat, sangat menyambut baik untuk ikut dalam kegiatan bela negara. Itu menjadi parameter bahwa bela negara mendapat respon yang bagus dari masyarakat.

KESIMPULAN

- a. Dalam penentuan komunikator dapat dikatakan sangat tepat yaitu orang-orang yang mempunyai kredibilitas di bidangnya antara lain adalah orang yang menguasai betul tentang bela negara yakni menteri pertahanan sebagai *leader*, kemudian diteruskan pada pejabat-pejabat di bawahnya serta kementerian-kementerian lain sampai ke tingkat kepala-kepala daerah dan jajaran di bawahnya sesuai bidang tugas yang terkait. Di samping itu juga di pilih orang-orang yang menduduki pimpinan-pimpinan organisasi, tokoh-tokoh yang berpengaruh di masyarakat.
- b. Pesan yang di sampaikan dari komunikator kepada komunikan yaitu bagaimana setiap masyarakat Indonesia agar memiliki rasa bela negara, materi-materi yang di sampaikan telah di susun secara cermat dapat dikatakan belum terdapat evaluasi terhadap materi yang disampaikan. Sedangkan teknik-teknik dalam penyampaian pesan telah dilakukan antara lain dengan memasukan materi bela negara melalui kurikulum di sekolah-sekolah dan perguruan tinggi, kemudian untuk masyarakat dengan cara melakukan pendidikan dan latihan.
- c. Target sasaran atau komunikan dalam bela negara adalah seluruh masyarakat Indonesia, yaitu dari mulai PAUD hingga pendidikan tinggi, lembaga-lembaga dan organisasi-organisasi kemasyarakatan.
- d. Media yang digunakan berbagai macam dari mulai media massa seperti film, hiburan yaitu dengan lagu dan media-media sosial.
- e. Efek dari hasil sosialisasi bela negara antara lain timbulnya sikap kebersamaan, rasa persatuan dan persatuan, saling menghargai satu sama lain. Sedangkan untuk evaluasi keberhasilan hasil dari sosialisasi baru akan dilakukan dan dirumuskan yang menjadi ukuran keberhasilan.

SARAN

- a. Sasaran sosialisasi bela negara adalah seluruh masyarakat Indonesia yang berlatar belakang pendidikan yang berbeda. Hingga saat ini masih banyak penduduk yang masih tidak berpendidikan formal secara cukup maka media yang digunakan hendaknya perlu di tambahkan yakni melalui kesenian daerah lokal sehingga masyarakat lebih mudah untuk memahami.
- b. Evaluasi terhadap keberhasilan sosialisasi penting dilakukan agar dapat dengan jelas terlihat secara jelas hasilnya dengan membuat ukuran-ukuran keberhasilan antara lain bagaimana pemahamannya dan cerminan dari sikap yang dimiliki masyarakat pada sebelum dilakukan sosialisasi dan setelah dilakukan sosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrie, Chaidir. 1998. *Bela Negara : Implementasi dan Pengembangannya (Penjabaran Pasal 30 UUD 1945)*. UI Press. Jakarta.
- Tippe, Syarifudin. 2016. *Ilmu Pertahanan: Sejarah, Konsep, Teori, dan Implementasi*. Salemba Humanika. Jakarta.

- Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. 2010. *Tataran Dasar Bela Negara*. Kemhan RI. Jakarta.
- Sudarsono, Juwono. 2008. *Berbagai Persoalan Pertahanan Negara*. Biro Humas Dephan RI. Jakarta.
- Sugiono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif, Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Kasus Sosial Lainnya*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2010. *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta. Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar Offset.
- Mara'at. 1982. *Sikap Manusia, Perubahan Serta Pengukuran*. Bandung. Ghalia Indonesia.