

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi tema dengan penelitian yang berjudul “Strategi komunikasi aktivis lingkungan dalam mengadvokasi kebijakan tambang emas di Kabupaten Seluma”.

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Priyambada, 2023) yang berjudul “Strategi Penanganan Konflik Sosial Tambang Emas PT. BSI di Wilayah Hukum Polres Banyuwangi”. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif karena bertujuan untuk menganalisis cara-cara dalam menyelesaikan sengketa sosial antara warga dan perusahaan pertambangan. Sengketa ini muncul akibat ketidakpuasan masyarakat yang disebabkan oleh sosialisasi yang kurang efektif, kekhawatiran akan kerusakan lingkungan, dan keraguan mengenai keuntungan ekonomi. Penanganan masalah ini perlu melibatkan sosialisasi yang lebih baik, tanggung jawab sosial perusahaan, serta keterlibatan aktif pemerintah sebagai penghubung dan pengawas. Fokus penelitian ini adalah pada penyelesaian konflik antara masyarakat dan perusahaan tambang, sedangkan bagian lain dari penelitian ini mengeksplorasi strategi komunikasi para aktivis lingkungan untuk mempengaruhi kebijakan. (Priyambada, 2023)
2. Penelitian ini dilakukan oleh Eko Setiawan (2024) berjudul “Akar konflik pertambangan emas di Gunung tumpang pitu Banyuwangi”. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif, dengan cara pengumpulan dan analisis data yang terstruktur guna membahas permasalahan atau menggambarkan fenomena sosial yang diteliti secara mendalam. Metode ini mengkaji secara komprehensif kejadian dan fenomena, termasuk perilaku individu yang terlihat dalam konflik yang disebabkan oleh penerbitan izin yang dianggap bermasalah, dampak terhadap lingkungan akibat kerusakan hutan, kehilangan sumber air, serta ketidakjelasan mengenai kompensasi atau ganti rugi. Upaya penyelesaian mencakup pertemuan antara warga dengan Bupati, aksi demonstrasi, dan dialog resmi, namun pencarian solusi tetap sulit karena adanya perbedaan pandangan di antara para pemangku

kepentingan. Fokus penelitian ini terletak pada pengidentifikasian akar konflik pertambangan emas di Gunung Tumpang Pitu, penyelidikan terhadap dampak lingkungan dan sosial, serta alternatif penyelesaian konflik yang tersedia dalam masyarakat, sementara penelitian yang ingin saya lakukan akan lebih menekankan pada strategi komunikasi yang digunakan oleh aktivis lingkungan dalam memengaruhi kebijakan. (Eko Setiawan, Strategi et al., 2025)

3. Hasil Strategi Komunikasi Aktivis Lingkungan dalam Penolakan Tambang Emas di Banyuwangi. Skripsi yang di buat oleh Abdul Malik (2022), “Komunikasi Aktivis Lingkungan dalam Penolakan Tambang Emas di Banyuwangi”. Penelitian ini menerapkan metode Kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan dalam penolakan terhadap tambang emas di Banyuwangi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan oleh aktivis dalam berinteraksi dengan pemerintah mengenai isu tambang emas. Fokus dari penelitian ini adalah pada para pengambil kebijakan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa aktivis menerapkan pendekatan komunikasi yang bersifat partisipatif dan didasarkan pada budaya setempat. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti strategi komunikasi yang dilakukan oleh aktivis lingkungan dalam upaya mempengaruhi kebijakan tambang emas, dengan studi kasus PT Energi Swa Dinamika Muda di Kabupaten Seluma. (Malik, 2022)

Perbedaan dan kesamaan antara kajian-kajian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Penelitian oleh Nanda Priyambada. Fokus utamanya adalah menganalisis cara-cara untuk menyelesaikan konflik sosial antara komunitas dan perusahaan tambang. Ketidakpuasan masyarakat disebabkan oleh sosialisasi yang kurang efektif. 2). Penelitian Eko Setiawan, di mana pusat perhatian terletak pada pengidentifikasian sumber konflik yang berkaitan dengan tambang emas di Gunung Tumpang Pitu, serta menganalisis dampak sosial dan lingkungan, dan mencari solusi konflik yang dapat diterapkan oleh masyarakat. 3). Penelitian oleh Abdul Malik lebih menekankan pada para pengambil keputusan, dengan objek penelitian yang berlokasi di

Banyuwangi, dan tidak berfokus pada masyarakat yang terlibat dalam masalah tambang emas. Kesamaan antara studi-studi tersebut dan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada penggunaan metode kualitatif untuk mengatasi masalah sosial antara masyarakat dan perusahaan tambang, penerapan teknik pengumpulan serta analisis data secara terstruktur untuk mendalami isu-isu atau menggambarkan fenomena sosial yang dikaji, dengan konteks penelitian berfokus pada pertambangan emas.

2.2 Kerangka Konsep dan Landasan Teori

Kerangka konsep adalah gambaran teratur dari ide-ide utama dalam suatu penelitian dan keterkaitan yang ada di antara ide-ide tersebut. Tujuan utama dari kerangka ini adalah sebagai panduan teoritis dan analitis yang membantu peneliti untuk memahami peristiwa yang sedang diteliti, merancang pola pikir yang rasional, dan mengatur prosedur analisis data dengan cara yang sistematis. (Blacius Dedi, 2021)

Kerangka konsep dalam penelitian ini dirancang untuk menggambarkan cara aktivis lingkungan menyusun dan melaksanakan strategi komunikasi untuk menekan kebijakan tambang emas yang diterapkan oleh PT Energi Swa Dinamika Muda. Intinya adalah hubungan antara strategi komunikasi, peran aktivis lingkungan, reaksi masyarakat dan pemerintah, serta pengaruhnya terhadap perubahan kebijakan pertambangan. Aktivis lingkungan dianggap sebagai pihak yang memperjuangkan kepentingan melalui berbagai tindakan komunikasi, termasuk merumuskan pesan, memilih saluran komunikasi, hingga menggalang dukungan dari publik. Strategi ini kemudian berinteraksi dengan konteks sosial-politik setempat, seperti tingkat kesadaran masyarakat, kepentingan ekonomi pemerintah daerah, dan kekuatan jaringan antara Aktivis Lingkungan dan komunitas sipil lainnya. Dari interaksi tersebut, muncul berbagai bentuk respons, seperti meningkatnya partisipasi masyarakat dalam aksi penolakan, penundaan proses perizinan.

Melalui struktur konseptual ini, penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang baik dapat menguatkan posisi para aktivis dalam menentang kebijakan yang dianggap merugikan ekosistem. Elemen seperti reputasi pengirim pesan, kejelasan informasi, pemanfaatan bukti ilmiah, dan dukungan dari Aktivis Lingkungan menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan komunikasi. Di sisi lain, aspek-aspek seperti kepentingan politik, kekuatan industri pertambangan, keadaan sosial, dan dukungan masyarakat merupakan faktor eksternal yang juga berkontribusi dalam membentuk penolakan. Dengan demikian, kerangka konseptual ini berfungsi sebagai dasar analisis untuk memahami efektivitas gerakan lingkungan dalam konteks konflik pertambangan yang terjadi di Kabupaten Seluma.

2.2.1. Pengertian Strategi

Kata "strategi" memiliki asal dari istilah Yunani Klasik yaitu "*strategos*" yang berarti jenderal. Istilah ini merupakan gabungan dari kata dalam bahasa Yunani yang mengacu pada memimpin dan perang. "*strategos*" berfungsi sebagai kata kerja dalam bahasa Yunani yang menggambarkan tindakan merancang rencana dan mengalahkan lawan dengan cara yang efisien menggunakan sumber daya yang tersedia. Inilah cara istilah tersebut diterapkan. (Fadhli, 2021)

Strategi pada dasarnya adalah suatu cara menyeluruh yang berkaitan dengan penerapan ide, perencanaan, dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam jangka waktu tertentu. strategi merupakan suatu keterampilan dalam memanfaatkan kemampuan dan sumber daya dari sebuah organisasi untuk mencapai tujuan dengan membangun hubungan yang efisien dengan lingkungan dalam situasi yang paling menguntungkan. (Luse, 2021)

Strategi sebenarnya adalah komponen dari manajemen strategis yang bertujuan agar organisasi dapat menggunakan sumber daya internal dengan efektif, sambil beradaptasi dengan perubahan lingkungan luar. Dalam konteks perencanaan jangka panjang, strategi berfungsi sebagai panduan untuk semua kegiatan organisasi dan sebagai acuan dalam distribusi sumber daya untuk mencapai tujuan utama. (Rusniati & Haq, 2024)

1. Analisis situasi internal dan eksternal

Analisis baik dari dalam maupun luar dilakukan untuk mengenali kelebihan, kekurangan, peluang, dan risiko. Gabungan dari analisis internal dan eksternal ini sangat penting sebagai landasan untuk menyusun strategi yang peka dan dapat diterima.

2. Perumusan alternatif strategi

Berdasarkan analisis keadaan, organisasi mengidentifikasi beberapa pilihan strategi. Pilihan ini bisa meliputi strategi pengembangan produk, penetrasi ke pasar, diversifikasi, inovasi, atau peningkatan efisiensi serta efektivitas operasional sesuai dengan kombinasi faktor internal dan eksternal yang dihadapi.

- a) Prioritasi strategi sebagai alat bantu analitis

Dalam menentukan strategi yang paling sesuai, berbagai penelitian memanfaatkan alat analisis kuantitatif seperti Analisis *SWOT*, Evaluasi Faktor Internal (IFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), *Matriks IE*, dan *Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif*.

- b) Perencanaan strategis (*strategic planning*)

Setelah rencana strategi dibuat, langkah selanjutnya adalah menyusun rencana strategis yang mencakup tujuan jangka panjang, kebijakan, program strategis, dan pembagian sumber daya. Rencana strategis ini menjadi dasar penting bagi setiap kegiatan organisasi di masa depan.

c) Monitoring, evaluasi, dan adaptasi strategi

Karena kondisi di dalam dan luar organisasi selalu berubah, strategi seharusnya tidak tetap. Diperlukan sistem penilaian yang rutin untuk meninjau pencapaian target, efektivitas pelaksanaan, serta kebutuhan untuk melakukan penyesuaian agar strategi tetap sesuai. Penilaian memungkinkan organisasi untuk memperbaiki arah, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang yang muncul, dan menanggapi risiko dengan cepat.

Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa cara yang baik adalah cara yang dihasilkan dari proses yang teratur: analisis menyeluruh terhadap faktor internal dan eksternal, pengembangan opsi berdasarkan informasi yang ada, pemilihan strategi prioritas menggunakan metode kuantitatif seperti QSPM, dilaksanakan melalui rencana yang terperinci, serta diikuti dengan pengawasan, evaluasi, dan penyesuaian secara rutin. Metode ini memberikan panduan yang komprehensif bagi organisasi, meningkatkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan, serta memungkinkan pengelolaan sumber daya yang efisien demi mencapai sasaran jangka panjang.

Strategi adalah langkah-langkah terencana yang membantu sebuah organisasi untuk menetapkan tujuan jangka panjang dan mengembangkan rencana operasional yang efisien. Langkah-langkah ini perlu dilakukan dengan urutan yang jelas, dapat diukur, dan berdasarkan informasi agar strategi yang dihasilkan mampu mengatasi berbagai tantangan baik dari dalam maupun luar.. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai setiap fase dalam pembuatan strategi. (David et al., 2024)

1) Identifikasi Masalah Strategi

Tahap pertama dalam pengembangan strategi adalah menentukan masalah utama yang dihadapi oleh organisasi. Permasalahan strategis sering kali timbul akibat perubahan di lingkungan luar, perubahan kebijakan, perubahan dalam pasar, masalah sosial, atau kesalahan dalam proses internal. Penentuan masalah perlu dilakukan dengan pendekatan sistemik, yaitu dengan menganalisis hubungan antar faktor sehingga organisasi dapat memahami sumber masalah, bukan hanya gejalanya.

2) Pengumpulan Data dan Informasi

Data terkait harus dikumpulkan sebagai langkah berikutnya setelah masalah ditemukan untuk mendukung analisis strategis. Penelitian lapangan, wawancara, dokumentasi, observasi, literatur ilmiah, laporan internal, dan data statistik merupakan berbagai sumber data yang dapat digunakan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas data menentukan kualitas strategi; strategi yang efektif harus dibangun berdasarkan informasi yang terpercaya, terkini, dan dapat diverifikasi.

3) Perumusan Alternatif Strategi

Berdasarkan hasil evaluasi kondisi, organisasi merancang beberapa opsi strategi yang dapat diterapkan. Pengembangan opsi dilakukan dengan memperhatikan berbagai skenario serta pengaruhnya terhadap tujuan organisasi. menjelaskan bahwa penyusunan strategi melibatkan pemilihan metode: diferensiasi, keunggulan biaya, atau fokus. Dalam konteks sosial dan komunikasi, pilihan strategi juga bisa mencakup pendekatan advokasi, pemberdayaan, kampanye publik, kerjasama dengan pemangku kepentingan, atau strategi berbasis media sosial.

4) Implementasi Strategi

Implementasi adalah proses menerjemahkan strategi ke dalam program, aktivitas, SOP, pembagian tanggung jawab, penyediaan anggaran, dan pemanfaatan sumber daya. menekankan bahwa tahap ini adalah yang paling sulit karena memerlukan koordinasi, kepemimpinan, komunikasi di dalam organisasi, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan tantangan yang ada. Di fase ini, strategi yang telah ditentukan diubah menjadi rencana operasional untuk jangka pendek dan menengah.

2.2.2. Komunikasi

Secara etimologi (bahasa), istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris "*communication*" yang memiliki kata-kata dari bahasa Latin "*comunicare*". Kata "*comunicare*" dapat memiliki tiga kemungkinan arti yaitu:

- a. "*to make common*" atau menjadikan sesuatu menjadi umum.
- b. "*cum + munus*" yang sering memberikan sesuatu hadiah.
- c. "*cum + munire*" membangun pertahanan bersama-sama.

Salah satu pengertian komunikasi adalah proses pertukaran informasi antara orang-orang melalui sistem simbol, tanda, dan perilaku. Selain itu, komunikasi juga dapat diartikan sebagai cara untuk menyampaikan ide kepada orang lain, baik melalui percakapan, pidato, tulisan, atau korespondensi. (Utama, 2023)

Seperti yang diungkapkan oleh Maksimus Ramses Lalongkoe dan Thomas Alfai Edison, dalam pemikiran Harold Laswell, komunikasi sebenarnya adalah sebuah proses yang menjelaskan siapa yang berkomunikasi, apa yang disampaikan, melalui saluran mana, kepada siapa, dan apa dampak atau hasilnya. Selain itu, menurut Harjani Hefni, dalam pandangan Halah al-Jamal, komunikasi merupakan usaha manusia untuk menjalin hubungan yang terbaik dengan penciptanya, dengan dirinya sendiri, dan dengan orang lain. Berdasarkan yang disampaikan oleh Ujang

Saefullah, dalam teori Hovland, Janis, dan Kelly, komunikasi adalah suatu proses di mana seorang individu (komunikator) mengirimkan rangsangan (umumnya dalam bentuk kata-kata) untuk mempengaruhi perilaku orang lain (komunikan). Dari berbagai definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses interaksi antara dua orang atau lebih yang menghasilkan reaksi balik (*feed back*). Penjelasan di atas juga menunjukkan adanya beberapa komponen penting atau elemen yang termasuk sebagai syarat terjadinya komunikasi. (Saefullah, 2020)

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses yang melibatkan interaksi antara dua individu atau lebih, yang kemudian menghasilkan respons atau umpan balik. Dari penjelasan tersebut juga terlihat beberapa elemen penting yang diperlukan dan menjadi syarat untuk terjadinya komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses yang melibatkan interaksi antara dua individu atau lebih, yang kemudian menghasilkan respons atau umpan balik. Dari penjelasan tersebut juga terlihat beberapa elemen penting yang diperlukan dan menjadi syarat untuk terjadinya komunikasi.

1. Unsur-unsur Komunikasi

Pada dasarnya, terdapat delapan elemen utama komunikasi yang terjadi secara sengaja, yaitu:

- a) Sumber (*source*) merupakan individu yang memiliki keperluan untuk melakukan komunikasi. Keperluan ini bisa berupa kebutuhan sosial untuk mendapatkan pengakuan sebagai seseorang, serta kebutuhan akan berbagai jenis informasi.

- b) Penyandian (*encoding*) adalah proses pribadi yang dilakukan oleh individu untuk memilih dan memotivasi tindakan ujaran serta ungkapan tanpa kata yang sesuai dengan kaidah tata bahasa dan struktur kalimat dalam rangka menghasilkan sebuah komunikasi.
- c) Pesan (*message*) merupakan akibat dari tindakan menyandikan baik komunikasi lisan maupun nonlisan.
- d) Saluran (*channel*) adalah hal yang berfungsi sebagai pengantar antara asal dan penerima.
- e) Penerima (*receiver*) adalah orang yang menerima pesan sebagai akibatnya menjadi terhubung dengan sumber pesan. Penerima bisa yang dikehendaki atau tidak dikehendaki sumber.
- f) Penyandian balik (*decoding*) adalah proses internal penerima dan pemberian makna kepada perilaku sumber yang mewakili perasaan dan pikiran sumber.
- g) Respons penerima (*receiver respons*) adalah berhubungan dengan respons penerima setelah menerima informasi. Komunikasi dianggap berhasil bila tanggapan penerima mendekati apa yang diharapkan oleh pengirim.
- h) Umpan balik (*feedback*) yaitu data yang dapat diakses oleh sumber yang memungkinkannya untuk mengevaluasi seberapa efektif komunikasi yang telah dilakukan.

Berdasarkan elemen-elemen komunikasi yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi akan berjalan lancar dan dianggap berhasil jika semua elemen dalam komunikasi tersebut dapat dipenuhi. (Wahyuninhsih, 2024)

a. Proses Komunikasi

Menurut (Aurelia et al., 2022) proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

- 1) Proses komunikasi yang sederhana adalah metode untuk mengirimkan pesan, informasi, ide, atau perasaan dari pengirim kepada penerima melalui simbol atau tanda komunikasi yang secara langsung merepresentasikan isi komunikasi itu. Inti dari proses komunikasi yang sederhana adalah adanya ikatan emosional antara pengirim dan penerima.
- 2) Proses komunikasi sekunder merupakan cara untuk mengirimkan pesan, ide, atau emosi dari satu orang ke orang lain dengan memanfaatkan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan simbol sebagai media pertama. Seorang komunikator memanfaatkan media kedua untuk mempermudah proses komunikasi, terutama ketika jarak jauh atau melibatkan banyak orang, contohnya seperti koran, telepon, dan lain-lain.

b. Fungsi Komunikasi

Jika kita melihat komunikasi dari sudut yang lebih luas, hal ini tidak hanya dimaknai sebagai proses bertukar informasi dan pesan, tetapi juga sebagai aktivitas individu dan kelompok dalam melakukan pertukaran data dan fakta. Berdasarkan kutipan (Rizmayanti & Kusnarto, 2022) maka perannya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

- 1) Sosialisasi: yakni untuk memberikan dan menjelaskan pengetahuan tentang cara orang berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang ada.
- 2) Motivasi: yaitu Mengajak individu untuk mengikuti perkembangan orang lain melalui informasi yang mereka baca.

- 3) Bahan diskusi: yakni memberikan data sebagai materi perbincangan untuk memperoleh kesepakatan terkait perbedaan pandangan mengenai isu-isu yang berhubungan dengan masyarakat luas.
- 4) Pendidikan: menciptakan peluang untuk mendapatkan pendidikan yang lebih luas, baik dalam bentuk pendidikan resmi di sekolah maupun di luar sekolah.
- 5) Memajukan kebudayaan: media massa menyebarkan hasil kebudayaan lewat pertukaran program siaran radio dan televisi, atau melalui bahan cetak seperti buku dan penerbitan lainnya. Kegiatan pertukaran ini akan memberi kesempatan untuk meningkatkan kreativitas demi kemajuan kebudayaan nasional masing-masing negara dan memperkuat hubungan kerja sama antarnegara.
- 6) Hiburan: Sifat keindahan yang diekspresikan melalui lagu, lirik, suara, serta gambar dan kata-kata, mengantarkan orang kepada pengalaman menikmati hiburan layaknya kebutuhan dasar yang lainnya.
- 7) Integrasi: Komunikasi melalui satelit bisa digunakan untuk mengatasi perbedaan-perbedaan tersebut dalam membangun dan memperkuat kesatuan bangsa.

c. Tujuan Komunikasi

menjabarkan tujuan penggunaan komunikasi secara spesifik antara lain:

- 1) Memahami dan mengajarkan sesuatu
- 2) Mempengaruhi tindakan seseorang
- 3) Mengungkapkan emosi
- 4) Menguraikan tindakan diri sendiri atau tindakan orang
- 5) Berinteraksi dengan orang lain
- 6) Mengatasi sebuah masalah atau mencapai

- 7) Mengurangi ketegangan
- 8) Menyelesaikan perselisihan
- 9) Mendorong minat pada diri sendiri atau orang lain

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki tujuan untuk membangun pemahaman, dukungan, dan tindakan dari pihak yang diajak bicara, sehingga komunikasi dapat mempengaruhi seberapa efektif individu dalam bekerja sama dan mengatur upaya untuk mencapai tujuan.

2.2.3. Himpunan Mahasiswa Seluma (HIMASEL)

Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia, definisi aktivis merujuk pada seseorang atau sekelompok orang (khususnya anggota dalam bidang politik, sosial, buruh, petani, pemuda, mahasiswa, dan perempuan) yang secara aktif berperan dalam mempromosikan pelaksanaan berbagai kegiatan. Menjadi aktivis merupakan sebuah panggilan moral sebagai bentuk tanggung jawab terhadap struktur kehidupan sosial untuk mewujudkan ideologi yang dibawa oleh setiap aktivis dengan tujuan tertentu. (Agustina, 2024)

Himpunan Mahasiswa Seluma merupakan organisasi mahasiswa yang menjadi wadah bagi mahasiswa yang memiliki keterkaitan dengan Kabupaten Seluma, baik sebagai mahasiswa yang berasal dari Kabupaten Seluma maupun mahasiswa yang memiliki perhatian terhadap berbagai persoalan yang berkembang di daerah tersebut. Kehadiran Himasel pada dasarnya tidak hanya berfungsi sebagai ruang untuk membangun hubungan antarmahasiswa, tetapi juga sebagai sarana untuk menghimpun gagasan, aspirasi, kepedulian, dan partisipasi mahasiswa terhadap berbagai persoalan sosial, pendidikan, ekonomi, lingkungan, serta pembangunan daerah.

Sebagai organisasi mahasiswa yang membawa identitas daerah, Himasel memiliki posisi yang cukup strategis dalam menghubungkan mahasiswa dengan realitas sosial yang terjadi di Kabupaten Seluma. Mahasiswa tidak hanya ditempatkan sebagai kelompok akademik yang menjalankan aktivitas perkuliahan, tetapi juga sebagai bagian dari masyarakat yang mempunyai tanggung jawab sosial terhadap daerah asalnya. Dalam konteks tersebut, organisasi mahasiswa daerah dapat menjadi ruang bagi mahasiswa untuk mendiskusikan berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat, melakukan kajian, menyampaikan pendapat, serta mendorong munculnya kepedulian terhadap kepentingan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

Sebagai organisasi mahasiswa, kegiatan Himasel dapat diarahkan pada berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pengembangan kapasitas mahasiswa dan kepedulian terhadap daerah. Beberapa bentuk kegiatan yang relevan dengan fungsi organisasi mahasiswa daerah antara lain:

1. Diskusi dan kajian mahasiswa, yaitu kegiatan untuk membahas berbagai persoalan yang berkaitan dengan Kabupaten Seluma, baik persoalan sosial, pendidikan, ekonomi, politik, maupun lingkungan.
2. Konsolidasi mahasiswa, yaitu kegiatan untuk memperkuat hubungan antarmahasiswa dan menyatukan pandangan terhadap persoalan yang dianggap penting bagi masyarakat Seluma.
3. Penyampaian aspirasi, yaitu kegiatan menyampaikan pandangan atau tuntutan mahasiswa kepada pihak yang mempunyai kewenangan dalam pengambilan kebijakan.
4. Edukasi dan penyebaran informasi, yaitu kegiatan menyampaikan informasi kepada mahasiswa maupun masyarakat mengenai persoalan yang terjadi di Kabupaten Seluma.
5. Advokasi terhadap kepentingan masyarakat, yaitu keterlibatan

mahasiswa dalam mengawal persoalan yang dianggap berkaitan dengan kepentingan masyarakat, termasuk persoalan lingkungan dan pengelolaan sumber daya alam.

2.2.4. Advokasi

Advokasi adalah suatu proses yang direncanakan secara matang oleh individu, kelompok, atau organisasi untuk memengaruhi kebijakan, keputusan, dan tindakan dari pihak tertentu demi membela kepentingan masyarakat atau kelompok yang dianggap terkena ketidakadilan. Dalam konteks sosial, advokasi tidak hanya berhubungan dengan penyampaian aspirasi, untuk mempertahankan hak-hak masyarakat melalui cara komunikasi, pendampingan, edukasi, serta tekanan sosial dan politik. Aktivis lingkungan, organisasi masyarakat sipil, lembaga bantuan hukum, dan komunitas lokal sering kali memakai advokasi untuk memperjuangkan isu-isu seperti lingkungan, hak asasi manusia, pendidikan, kesehatan, dan kebijakan publik. (Jaten & Karanganyar, 2023)

Tujuan dasar dari advokasi adalah untuk menghasilkan perubahan yang mendukung masyarakat. Perubahan ini bisa berupa modifikasi kebijakan pemerintah, perubahan dalam perilaku masyarakat, atau pergeseran dalam sistem sosial yang merugikan kelompok tertentu. Dalam pelaksanaannya, advokasi melibatkan pengumpulan informasi, penelitian, pembentukan opini publik, pelaksanaan kampanye, serta menjalin kemitraan dengan media atau lembaga terkait. Oleh karena itu, advokasi lebih dari sekadar demonstrasi atau tindakan protes; itu adalah proses yang memerlukan strategi komunikasi yang tepat, kemampuan dalam bernegosiasi, serta pemahaman mendalam tentang isu yang diperjuangkan. Selain itu, advokasi also membutuhkan pendekatan yang persuasif agar masyarakat dapat memahami isu yang diperjuangkan dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam perubahan sosial tersebut. (Siregar, 2024)

Dalam perkembangannya, advokasi telah menjadi salah satu alat yang sangat berarti dalam sistem demokrasi karena memberikan kesempatan bagi warga untuk mengungkapkan harapan mereka dan mengawasi kebijakan publik. Advokasi memberikan dukungan kepada kelompok yang kurang berdaya agar pendapat mereka tetap diakui dalam proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, advokasi seharusnya dilihat tidak hanya sebagai tindakan perlawanan, tetapi juga sebagai bentuk pendidikan politik dan pemberdayaan masyarakat. Dengan adanya advokasi, masyarakat dapat menjadi lebih peka, menyadari hak-hak mereka, dan memiliki kemampuan untuk berperan aktif dalam mempertahankan keadilan sosial dan lingkungan. Berikut ini adalah poin-poin penting dalam mengadvokasi. (Sucipto, 2022)

a). Identifikasi Masalah

Menetapkan permasalahan utama yang akan diperjuangkan berdasarkan data dan situasi yang ada.

b). Pengumpulan Data dan Bukti

Mengumpulkan informasi, hasil studi, dokumen, dan fakta pendukung agar upaya advokasi memiliki landasan yang solid.

c). Menentukan Tujuan Advokasi

Menentukan perubahan atau hasil yang ingin dicapai, baik dalam kebijakan maupun perilaku masyarakat.

2.2.5. Teori Strategi Komunikasi Onong Uchjana Effendy (2003)

Strategi komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam proses komunikasi karena menjadi pedoman dalam mencapai tujuan komunikasi secara efektif. Strategi komunikasi tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, tetapi juga mencakup perencanaan, pengelolaan, dan pemilihan teknik komunikasi yang tepat agar pesan dapat diterima, dipahami, dan menghasilkan perubahan sikap maupun perilaku pada khalayak. (PUTRA, 2024)

Menurut Onong Uchjana Effendy, (2003), strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi

(*communication management*) untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi disusun agar proses penyampaian pesan dapat berlangsung secara efektif dan efisien, sehingga mampu menciptakan kesamaan makna antara komunikator dan komunikan serta menghasilkan dampak yang diharapkan. Dengan demikian, strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman dalam menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai upaya memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan tujuan.

- 1). Aspek pertama adalah mengenali sasaran atau khalayak. sebelum menyampaikan pesan, komunikator harus memahami karakteristik penerima pesan, seperti usia, tingkat pendidikan, latar belakang sosial budaya, pengalaman, kebutuhan, serta tingkat pengetahuan yang dimiliki. Pemahaman terhadap karakteristik khalayak akan membantu komunikator dalam menentukan cara penyampaian pesan yang sesuai sehingga pesan dapat diterima, dipahami, dan memberikan dampak sesuai dengan tujuan komunikasi.
- 2). Aspek kedua adalah menyusun pesan. bahwa pesan harus dirancang secara jelas, sistematis, menarik, dan mudah dipahami oleh khalayak. Penyusunan pesan tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membangun pemahaman, memengaruhi sikap, serta mendorong perubahan perilaku. Oleh karena itu, isi pesan harus disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan sasaran agar komunikasi berlangsung secara efektif.
- 3). Aspek ketiga adalah menentukan metode komunikasi merupakan cara atau pendekatan yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Pemilihan metode harus disesuaikan dengan tujuan komunikasi, karakteristik sasaran, dan situasi yang dihadapi. Metode komunikasi dapat berupa metode informatif, persuasif, edukatif, maupun koersif. Penggunaan metode yang tepat akan mempermudah khalayak memahami pesan dan meningkatkan efektivitas komunikasi.

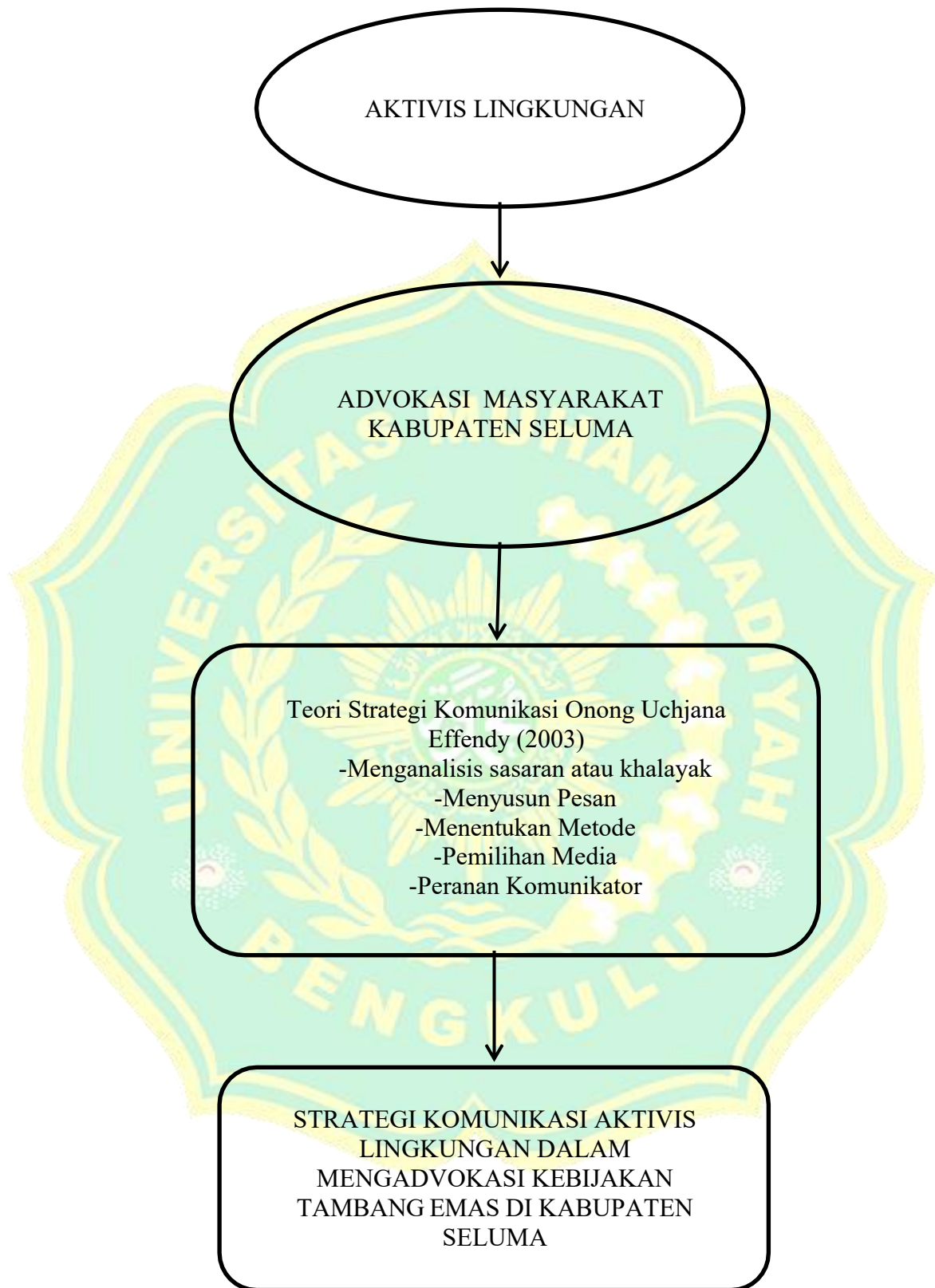
- 4). Aspek keempat adalah pemilihan media komunikasi. media komunikasi merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Media yang dipilih dapat berupa komunikasi tatap muka, media cetak, media elektronik, maupun media digital. Dalam menentukan media, komunikator perlu mempertimbangkan karakteristik sasaran, jangkauan, kemudahan akses, efisiensi, serta kemampuan media dalam menyampaikan pesan. Pemilihan media yang tepat akan membantu penyampaian informasi secara lebih efektif dan mendukung tercapainya tujuan komunikasi.
- 5). Aspek kelima adalah peranan komunikator. komunikator memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi karena bertugas menyampaikan pesan sekaligus membangun hubungan yang baik dengan khalayak. Seorang komunikator harus memiliki kredibilitas, kemampuan berkomunikasi, penguasaan materi, serta mampu membangun kepercayaan dari penerima pesan. Komunikator yang memiliki kompetensi dan kredibilitas yang baik akan lebih mudah memperoleh perhatian khalayak sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan memberikan pengaruh sesuai dengan tujuan komunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (2003), merupakan perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilaksanakan melalui 3 aspek utama, yaitu mengenali sasaran atau khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, memilih media komunikasi, dan peranan komunikator. Kelima aspek tersebut menjadi landasan dalam merancang komunikasi yang efektif dan digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini untuk menganalisis strategi komunikasi Aktivis HIMASEL Dalam Advokasi Kebijakan Tambang Emas di Kabupaten Seluma.

2.3 Kerangka Berfikir

Penelitian ini dimulai dari pertanyaan utama tentang bagaimana aktivis HIMASEL di Kabupaten Seluma merumuskan strategi komunikasi untuk menekan kebijakan pertambangan emas. Masalah ini menjadi landasan untuk menganalisis komunikasi tidak hanya sebagai penyampaian berita, tetapi juga sebagai sarana advokasi yang dapat memengaruhi pandangan masyarakat dan proses pengambilan kebijakan oleh pemerintah. Kajian ini dibangun di atas kerangka komunikasi yang strategis, yang melihat strategi komunikasi sebagai suatu proses yang direncanakan, terarah pada tujuan, dan dikembangkan berdasarkan analisis situasi, audiens yang ditargetkan, pesan, media, serta taktik komunikasi. Teori ini memberikan pemahaman tentang cara aktivis merancang langkah-langkah komunikasi yang efektif dalam konteks konflik kebijakan pertambangan.

Untuk memperkuat analisis, studi ini juga memanfaatkan konsep aktivisme serta gerakan sosial yang menggambarkan peran aktivis sebagai individu yang mengorganisir masyarakat, menyampaikan narasi tentang ancaman lingkungan, dan menciptakan tekanan kolektif. Hubungan antara metode komunikasi dan dinamika gerakan sosial adalah kunci untuk memahami proses advokasi di Seluma. Kerangka ini selanjutnya membimbing studi pada elemen-elemen strategi komunikasi yang diterapkan oleh aktivis, seperti pemetaan isu, penyusunan pesan advokasi, pemilihan saluran komunikasi (media massa, media sosial, pertemuan langsung), dan taktik tekanan kebijakan seperti penguatan partisipasi warga atau kampanye publik.



Sumber : Dibuat oleh Peneliti