

Strategi Komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam Mensosialisasikan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur (Studi Kasus Nelayan Kota Tegal)

Kirsten Kimberly Injily Gerungan^{1*}, Rini Darmastuti², Dian Novita Kristiyani³

^{1,2,3} Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana
Jl. Dr. O. Notohamidjodjo, Blotongan, Salatiga, Jawa Tengah 50715, Indonesia

*Penulis korepondensi; e-mail: kirstenkigerungan@gmail.com

Abstrak

Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur (PIT) merupakan suatu kebijakan yang dilakukan dengan menerapkan sistem kuota dan pembagian zona atau wilayah penangkapan ikan yang diatur dalam PP 85 Tahun 2021. Sekalipun sudah ada sudah ada sosialisasi dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), nelayan di wilayah Pantai Utara (Pantura) Jawa termasuk nelayan Kota Tegal bergejolak memberikan respon negatif terhadap kebijakan ini. Strategi komunikasi yang kurang tepat dan perbedaan persepsi menjadi permasalahannya. Tujuan dari tulisan ini *pertama*, memetakan strategi komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan kepada nelayan dalam membangun pemahaman tentang kebijakan penangkapan ikan terukur. *Kedua*, memahami persepsi nelayan terkait kebijakan ini dan memberikan masukan untuk membangun persepsi yang sama. Tulisan ini didasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan desain penelitian studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah: *Pertama*, ada beberapa strategi komunikasi yang digunakan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) dalam mensosialisasikan kebijakan penangkapan ikan terukur ini. Strategi tersebut adalah *Word of Mouth* (WOM), konsultasi publik dan publikasi melalui media. *Kedua*, strategi yang digunakan KPP belum berhasil, karena ada perbedaan persepsi antara pemerintah, dalam hal ini KPP dengan nelayan. Nelayan di Pantura beranggapan kebijakan PIT ini sangat merugikan nelayan. Karena itu, strategi komunikasi KPP seharusnya didasarkan dari persepsi nelayan.

Kata kunci: Strategi komunikasi; *Word of Mouth*; Penangkapan Ikan Terukur; Front Nelayan Bersatu.

Abstract

Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur (PIT) is a policy that is carried out by implementing a quota system and dividing zones or fishing areas regulated in Indonesian Government Regulations number 85 of 2021. There is turmoil from the public who reject this policy, especially fishermen in the North Coast region (Pantura) of Java, including Tegal City fishermen who are the case studies in this research. The community considers that the PIT Policy can harm small fishermen and only benefit business actors in industrial quota fishing areas. This study aims to find out what kind of communication strategy is carried out by Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (Ministry of Marine Affairs and Fisheries) and also to find out the understanding and response of the community to measurable fishing policies. This paper is the result of research using qualitative methods and a case study research design and constructivism paradigm. Data collection techniques in this study were in-depth interviews and documentation. The results of this study are one, Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (Ministry of Marine Affairs and Fisheries) communication strategy in disseminating measurable fishing policies, are *Word of Mouth* (WOM), public consultations and publications through the media. Second, perceptions related to this policy are not in accordance with the conditions of coastal communities in Indonesia.

Keywords: Communications strategy; *Word of Mouth*; Measurable Fishing; fishermen.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



1. PENDAHULUAN

Strategi komunikasi mempunyai peranan yang sangat besar dalam keberhasilan suatu program pengembangan dan pemberdayaan untuk masyarakat (Saleh, 2020; Yanti, 2020). Tanpa strategi komunikasi yang tepat, suatu program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat tidak akan memberikan hasil yang maksimal, bahkan justru akan memunculkan konflik yang berkepanjangan. Sebut misalnya rencana pembangunan pabrik semen di Kabupaten Rembang Jawa Tengah. Pembangunan pabrik ini mendapat penolakan dari elemen masyarakat yang mengatasnamakan Jaringan Masyarakat Peduli Pegunungan Kendeng (JMPPK). Penolakan masyarakat sudah dilakukan sejak awal pembangunan pabrik yaitu pada tahun 2012. Isu ini semakin berkembang dan penolakan dari masyarakat semakin berkembang ketika peletakan batu pertama pada tanggal 16 Juni 2014. Protes dari masyarakat itu banyak diberitakan di media massa dan media digital (Nasional.tempo.co. akses 17 Maret 2014). Strategi komunikasi yang kurang tepat serta pendekatan yang tidak sesuai dengan budaya yang dimiliki masyarakat Rembang serta masyarakat yang ada di Sukolilo menjadi penyebab munculnya konflik ini (Wahono, 2020; Darmastuti, 2017, Maryani, 2016).

Contoh yang kedua adalah kasus yang terjadi dalam rencana pembangunan pertambangan dan waduk di desa Wadas, Purworejo pada tahun 2022 (Farisa, 2022; Guitarra, 2022; Sari, 2022). Konflik terjadi ketika sebagian warga di Wadas menolak rencana penambangan batu andesit di desa ini (Kismunthofiah et al., 2022). Sebagai bentuk penolakan terhadap rencana pembangunan tambang dan waduk ini, warga yang tidak setuju dengan pembangunan melakukan serangkaian aksi yang berujung pada terjadinya bentrok antara warga dengan aparat. Sekali lagi, konflik yang terjadi dalam rencana pembangunan pertambangan dan waduk ini juga disebabkan karena permasalahan serta pendekatan komunikasi yang kurang tepat dari aparat kepada masyarakat (Misran, 2023; Pariyatman, 2022).

Permasalahan strategi komunikasi dalam rangka pembangunan dan pemberdayaan masyarakat menjadi permasalahan yang terus terjadi di negeri ini, termasuk permasalahan komunikasi dalam sosialisasi Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan 17.504 pulau, negara Indonesia mempunyai potensi besar dalam bidang kelautan dan perikanan (Pratiwi et al., 2022).

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) pada tahun 2021 telah menyiapkan roadmap pengelolaan sektor kelautan dan perikanan dalam jangka waktu panjang sampai tahun 2045 mendatang. Dalam menyempurnakan praktek pengelolaan sektor kelautan dan perikanan yang semakin terintegrasi, Menteri Kelautan dan Perikanan (MKP) Sakti Wahyu Trenggono, menekankan pada prinsip ekonomi biru (*Blue Economy*) sebagai upaya pembangunan nasional. <https://kkp.go.id/djprl/p4k/artikel/38894-ekonomi-biru-untuk-laut-sehat-indonesia-sejahtera> (akses tanggal 14 Oktober 2022). Konsep ekonomi biru berorientasi pada optimalisasi sumber daya perairan yang berkelanjutan dengan memperhatikan tiga pilar utama yaitu ekologi, ekonomi dan sosial.

Transformasi ekonomi biru diakselerasikan dalam Program Prioritas yang dicanangkan oleh MKP pada periode 2021 - 2024. Program Prioritas ini dipaparkan langsung dalam *Focus Group Discussion* dengan Komisi IV DPR RI pada bulan September 2021 (<https://kkp.go.id/artikel/34585-kkp-komisi-iv-bahas-program-prioritas-kkp-periode-2021-2024-di-fgd> (diakses pada tanggal 14 Oktober 2022) , utamanya berfokus pada perikanan tangkap dan budidaya. Salah satunya meliputi konsep Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur.

Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur merupakan suatu kebijakan yang dilakukan dengan menerapkan sistem kuota dan pembagian enam zona zona penangkapan ikan. Kuota penangkapan ikan meliputi kuota industri, kuota nelayan lokal (termasuk nelayan kecil), dan kuota bukan tujuan komersial. Pembagian kuota ini disesuaikan dengan pembagian zona penangkapan ikan yang terbagi menjadi 11 Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia (WPP - NRI) yang diatur dalam PP 85 Tahun 2021. Kebijakan Penangkapan Ikan terukur ini sejatinya bertujuan untuk menjaga kelestarian sumber daya ikan dan lingkungan serta pemerataan pertumbuhan ekonomi nasional.

Kebijakan penangkapan ikan terukur dicanangkan untuk menjaga dan memperhatikan kualitas ekologi dan ekonomi. Hal ini dilatarbelakangi oleh permasalahan pada pengelolaan perikanan yang tidak stabil. Melalui Focus Group Discussion Kementerian Kelautan dan Perikanan dengan Komisi IV DPR RI pada tanggal 3 bulan Oktober 2022, membahas tentang penangkapan ikan oleh kapal-kapal perikanan yang sudah tidak memperhatikan mutu dan kelestarian alam laut serta penangkapan ikan yang bebas dan tidak teratur. <https://kkp.go.id/artikel/45609-kkp-komisi-iv-dpr-kupas-rpp-penangkapan-ikan-terukur> (akses tanggal 25 Maret 2023).

Permasalahan lainnya berkaitan dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 85 Tahun 2021 tentang penerapan sistem kontrak di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia (WPP - NRI).

Menurut Koalisi NGO untuk Perikanan dan Kelautan Berkelanjutan (KORAL) dalam kajian *Kertas Kerja Terhadap Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur* (2021), pembagian zona terkesan tidak mempertimbangkan status tingkat pemanfaatan dan lebih mengarah pada kepentingan ekspor (industrialisasi). Di sisi lain, perikanan berbasis adat/komunitas dan perikanan skala kecil tak pernah dipertimbangkan dalam rencana kebijakan ini. Artinya, Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur hanya berimplikasi terhadap eksploitasi untuk kepentingan investasi di wilayah pesisir, peminggiran hingga perampasan hak masyarakat pesisir (nelayan lokal- tradisional dan masyarakat adat).

Sebelumnya, Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia sudah melakukan sosialisasi langsung ke beberapa daerah di Indonesia. Salah satunya di daerah Pantura khususnya di daerah Kota Tegal dan Kabupaten Pati, Jawa Tengah dengan pertimbangan yang menjadi sasaran dari sosialisasi ini adalah nelayan di daerah Pantura. Sosialisasi kepada nelayan ini dilakukan pada tanggal 14 Januari 2022. Sosialisasi dilaksanakan berkaitan dengan isu kapal cantrang yang masih beroperasi yang dikhawatirkan akan menghambat implementasi penangkapan ikan terukur. Hal ini kemudian yang dibahas pada pertemuan dengan Komisi IV DPR RI. <https://kkp.go.id/djpsdkp/artikel/37551-akselerasi-pengawasan-penangkapan-ikan-terukur- kkp-zero-tolerance-terhadap-cantrang> (akses tanggal 15 Oktober 2022)

Walaupun telah dilaksanakan sosialisasi konsep awal kebijakan penangkapan ikan terukur, penolakan masih saja bergejolak pada nelayan di wilayah Pantai Utara (Pantura) Jawa termasuk komunitas Front Nelayan Bersatu Kota Tegal yang menjadi studi kasus dalam penelitian ini. Masyarakat menilai bahwa Kebijakan PIT dapat merugikan nelayan kecil dan hanya menguntungkan pelaku usaha di wilayah penangkapan kuota industri. Pembagian WPPNRI dengan sistem kuota membatasi aktivitas nelayan kecil. <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2022/08/31/penangkapan-ikan-terukur-dinilai-merugikan-nelayan-kecil1> (akses 15 Oktober 2022). Kekhawatiran nelayan berujung pada permintaan melakukan demonstrasi di Istana Negara jika tidak ditindaklanjuti untuk mendengar aspirasi masyarakat.

Kemudian pada bulan Juni tahun 2022, Kementerian Kelautan dan Perikanan menerima audiensi dari Forum Nelayan Bersatu se-Jawa Tengah. Audiensi tersebut membahas beberapa aspirasi terkait permasalahan yang berkaitan dengan kapal cantrang dan penerapan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur. Berdasarkan hasil diskusi forum ternyata terdapat kesalahpahaman tentang Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur dimana sebenarnya kebijakan ini belum dilaksanakan namun masyarakat khawatir bahwa KKP akan membatasi kebutuhan nelayan untuk menangkap sumber daya ikan. Hasil audiensi ini membuat partisipan memahami konsep PIT.

Perbedaan persepsi antara pemerintah dan nelayan menjadi permasalahan dalam penerapan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur (PIK) untuk nelayan dan pelaku bisnis perikanan. Tulisan ini secara khusus akan membahas tentang strategi komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam membangun pemahaman nelayan Front Nelayan Bersatu (FNB) Kota Tegal terhadap kebijakan Penangkapan Ikan Terukur. Front Nelayan Bersatu (FNB) Kota Tegal merupakan salah satu komunitas nelayan dan pelaku usaha penangkapan ikan yang aktif dalam menyuarakan aspirasi-aspirasi terkait isu penangkapan ikan.

Penelitian tentang strategi komunikasi yang digunakan dalam rangka pemberdayaan masyarakat dan membangun pemahaman kepada masyarakat sudah banyak dilakukan. Beberapa penelitian tentang strategi komunikasi tersebut adalah pertama, penelitian yang dilakukan oleh Darmastuti dkk (2016) yang dipublikasikan pada jurnal *ASPIKOM*, Volume 3, No.1 Juli 2016 dengan judul "*Gethok tular, pola komunikasi gerakan sosial berbasis kearifan lokal masyarakat Samin di Sukolilo*". Penelitian ini menemukan strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk membangun pemahaman masyarakat terkait dengan lingkungan adalah dengan menggunakan '*gethok tular*' (proses penyampaian pesan dari mulut ke mulut, atau dari satu individu ke individu lainnya). Penelitian kedua yang dilakukan oleh Maryani dan Darmastuti (2017) dengan judul "*The 'Bakul Gendong' as a communication strategy to reject the construction of a cement factory in Central Java*". Hasil dari penelitian ini dipublikasikan pada jurnal *Public Relations Review*, volume 43, Issue 1, March 2017. Penelitian ini menemukan hasil terkait strategi komunikasi yang sangat unik yang digunakan oleh masyarakat Samin dalam membangun pemahaman masyarakat terkait rencana pembangunan pabrik semen di Sukolilo, Pati. Strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun pemahaman kepada masyarakat adalah dengan menggunakan bakul gendong. Penelitian ketiga dilakukan oleh Hamluddin, dkk (2022) dengan judul '*Participatory Communications of Bekasi City Residents in Covid 19 Vaccination Activities*'. Hasil penelitian ini dipublikasikan pada jurnal *MAKNA: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya*, volume 11, No. 2 September 2022. Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi partisipatif yang dilakukan oleh masyarakat menjadi satu strategi komunikasi yang efektif dalam membangun pemahaman warga kota Bekasi tentang Covid 19.

Tulisan ini didasarkan dari hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Kebaharuan dari tulisan ini dibandingkan dengan tulisan-tulisan sebelumnya yang membahas tentang strategi komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat adalah, *pertama*, tulisan ini akan membahas strategi komunikasi dengan berdasarkan dari persepsi nelayan. *Kedua*, tulisan ini akan fokus pada manajemen isu sebagai instrumen vital strategi komunikasi, yang belum banyak dibahas pada tulisan-tulisan sebelumnya.

Pembahasan tentang strategi komunikasi kebijakan Penangkapan Ikan Terukur menjadi urgen karena kebijakan ini sangat berdampak bagi nelayan dan membawa dampak kehidupan bagi nelayan, sementara belum ada strategi komunikasi yang tepat untuk melakukan pendekatan kepada nelayan. Berdasarkan latar belakang ini yang menjadi fokus pembahasan pada artikel ini adalah *pertama*, bagaimana strategi komunikasi kementerian kelautan dan perikanan dalam mensosialisasikan kebijakan penangkapan ikan terukur? *Kedua*, bagaimana persepsi dan respon Front Nelayan Bersatu Kota Tegal dalam menanggapi Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur? Tulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan saran kepada Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) dalam mensosialisasikan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur (PIT).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Komunikasi

Teori dasar yang menjelaskan tentang Strategi Komunikasi disampaikan oleh Harold D. Laswell (dalam Effendy, 2003) yang menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi atau cara untuk menggambarkan dengan tepat sebuah tindakan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan “*Who Says What In which Channel To Whom With What effect*” (siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek bagaimana). Konsep dasar ini memperjelas elemen-elemen komunikasi oleh komunikator. *Who?* (siapa komunikatornya), merupakan orang yang menyampaikan atau menjelaskan pesan baik secara lisan atau tulisan didalamnya komunikator perlu menganalisa faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan komunikasi. *Says what?* (mengatakan apa), sebuah pesan yang mengandung informasi, opini, ide dengan menggunakan simbol baik secara verbal maupun non verbal. Isi pesan harus teruji kebenarannya, valid, reliable, dan jelas sumbernya. *In which channel?* (media apa yang digunakan), merupakan alat yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan agar diterima baik oleh public. Beberapa contoh media seperti pers, radio, televisi, koran, dsb. *To whom?* (kepada siapa) atau disebut dengan komunikan, merupakan target sasaran dari komunikator dalam pemberian pesan. Menjadi catatan penting untuk seorang komunikator karena harus memahami sifat, perilaku dan kondisi komunikan. *With what effect?* (efek). Dalam kegiatan komunikasi tentunya ada sebuah pengaruh yang diharapkan. Komunikasi yang berjalan dengan efektif antara komunikator dan komunikan akan menghasilkan efek yang baik begitu pun sebaliknya.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2005) dalam bukunya yang berjudul “Dinamika Komunikasi” komunikasi adalah peristiwa penyampaian ide manusia. Hampir sama dengan Laswell, Effendy mengemukakan lima komponen komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, komunikan, media, dan umpan balik. Komunikator merupakan individu atau kelompok yang berperan untuk menyampaikan pesan. Pesan merupakan gagasan yang dinyatakan oleh pengirim kepada orang lain. Komunikan, merupakan individu yang berperan menerima pesan. Media, merupakan saluran untuk menyampaikan pesan. Umpan balik yaitu reaksi terhadap pesan.

Dari uraian tentang pengertian strategi dan komunikasi di atas, diperoleh definisi Strategi Komunikasi oleh Smith (2005) dalam “*Strategic Planning For Public Relation*”. Menurut Smith, Strategi Komunikasi adalah kegiatan atau kampanye komunikasi yang sifatnya informasional maupun persuasif untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan atau kasus, produk maupun jasa yang terencana yang dilakukan oleh suatu organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, memiliki tujuan, rencana dan berbagai alternatif berdasarkan riset dan memiliki evaluasi.

Terdapat tiga tujuan strategi komunikasi menurut Pace, Peterson, dan Burneet (Auliani, 2017) yaitu: **1.) To Secure Understanding**, untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. **2.) To Establish Acceptance**, bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik. **3.) To Motive Action**, penggiatan untuk motivasi. **4.) The Goals Which The Communicator Spught To Achive**, yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

2.2 Manajemen Isu

Strategi komunikasi yang tepat sangat bermanfaat untuk mencapai efek maksimal dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, ketika berbicara tentang strategi komunikasi tidak akan lepas dari unsur-unsur komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, komunikan, saluran, umpan balik hingga efek komunikasi. Ketika merencanakan strategi komunikasi untuk suatu program pengembangan atau pemberdayaan masyarakat, tidak lepas dari manajemen isu. Manajemen isu merupakan instrumen vital bagi masa depan organisasi atau perusahaan dan sangat berkaitan dengan strategi komunikasi yang digunakan (Wahono, 2020). Manajemen isu merupakan sebuah media yang dapat digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisa dan mengelola berbagai isu dan informasi yang muncul di masyarakat, serta bereaksi terhadap berbagai isu sebelum diketahui oleh masyarakat luas (Chase dalam Regester & Larkin, 2002, p.202).

Manajemen isu ini menjadi hal yang penting ketika merencanakan strategi komunikasi dalam membangun pemahaman nelayan dan pelaku bisnis perikanan tentang Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur. Strategi komunikasi yang diterapkan dapat direncanakan dengan mulai mengidentifikasi masalah yang terkait dengan nelayan dan pelaku bisnis perikanan, menganalisa serta mengelola berbagai isu yang masuk terkait dengan kebijakan Penangkapan Ikan Terukur ini. Strategi komunikasi dalam penanganan isu tentang kebijakan Penangkapan Ikan Terukur ini dapat menggunakan media, baik media mainstream maupun media baru.

2.3 Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur

Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur dilatarbelakangi oleh pengendalian ikan yang tidak terukur: *Illegal, Unregulated, Unreported, Fishing* (IUUF). Tujuan kebijakan ini yaitu menjaga jumlah stok ikan di laut sehingga pengendalian penangkapan dapat terukur dan berkelanjutan; *Legal, Regulated, Reported, Fishing* (LRRF). Zona penangkapan ikan terukur di bagi menjadi 3 zona yaitu zona berbasis kuota untuk komersial, zona berbasis kuota untuk nelayan tradisional, serta zona berbasis kuota non komersial yang diperuntukan untuk Pendidikan, penelitian, dan wisata. Berdasarkan buku Outlook Menteri Kelautan dan Perikanan tentang Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur tahun 2022, beberapa manfaat di zona penangkapan ikan berbasis kuota antara lain pengelolaan Pelabuhan yang terstruktur dan terawatt, peluang berkembangnya industri perikanan, serta penyerapan tenaga kerja dan distribusi pertumbuhan ekonomi.

3. METODE PENELITIAN

Tulisan ini didasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan paradigma konstruktivisme dan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Paradigma konstruktivisme memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaning- full action* melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam *setting* keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan (Hidayat, 2002). Penelitian kualitatif dilakukan untuk memahami situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, menguji hipotesa, atau membuat prediksi. Fokus penelitian yang dipakai studi kasus.

Menurut Design (1989) *fokus studi kasus adalah spesifikasi kasus dalam suatu kejadian baik itu yang mencakup individu, kelompok budaya ataupun suatu potret kehidupan*. Denscombe (dalam Pembayun, 2013, pp.248-249) menyatakan studi kasus memiliki karakteristik sebagai berikut: 1. Menyoroti suatu peristiwa 2. Penelaahan mendalam 3. Fokus pada hubungan antar aspek kasus dan proses 4. Setting ilmiah 5. Penggunaan beberapa sumber dan metode. Desain studi kasus digunakan dalam penelitian ini, karena tulisan ini secara khusus membahas kasus yang terjadi pada nelayan di Tegal, Jawa Tengah.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara dan dokumentasi. Penulis mengambil 3 narasumber untuk wawancara penelitian. Pertama, Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Kerja Sama Luar Negeri. Kedua, Kepala Sub-Pokja Hubungan Masyarakat Dirjen Penangkapan Ikan. Ketiga, Ketua Front Nelayan Bersatu Kota Tegal. Penulis juga ingin menggali informasi yang detail sambil memahami fenomena sosial yang terjadi. Dokumentasi dalam penelitian berupa rekaman audio hasil interview, foto, catatan, data-data berupa pemberitaan di media sosial, buku, catatan, dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian yang dibahas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Komponen Komunikasi dalam Strategi Komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam Mensosialisasikan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur

Melansir artikel Rido Miduk Sugandi (2022) tentang Penangkapan Ikan Terukur yang Berkeadilan, konsep Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur (PIT) merupakan suatu upaya dari Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam mengelola sumber daya ikan yang lebih ramah lingkungan dan terkendali. Kebijakan ini bertujuan untuk memastikan bahwa jumlah ikan yang ditangkap tidak melebihi kapasitas regenerasi populasi ikan sehingga sumber daya perikanan dapat tetap lestari dengan menetapkan sistem pembagian kuota untuk nelayan lokal, kuota bukan untuk tujuan komersial, serta kuota untuk industri. Selain itu aktivitas penangkapan ikan dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Melalui wawancara dengan Kepala Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Kelautan dan Perikanan, Ari Prabowo pada tanggal 03 Februari 2023, menjelaskan bahwa kebijakan Penangkapan Ikan Terukur merupakan amanah Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009 tentang Perikanan.

“Kebijakan ini diterapkan untuk menjaga kelestarian sumber daya ikan demi terwujudnya laut yang sehat untuk Indonesia sejahtera”.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Ketua Sub-Pokja Humas Ditjen Perikanan Tangkap, Djoko Arye Prasetyo, mengatakan bahwa penetapan awal kebijakan PIT karena ada kekhawatiran antara pemerintah maupun akademisi terkait penangkapan ikan jika tidak dikendalikan maka akan habis sumber daya ikan.

Berdasarkan kajian dari KAJISKAN dalam Kepmen KP Nomor 19 Tahun 2022, estimasi potensi sumber daya ikan di Indonesia mencapai 12 juta ton per tahun dengan jumlah tangkapan ikan diperbolehkan 8,6 juta ton. Meskipun begitu dengan adanya sistem terukur kualitas sumber daya ikan akan terjaga serta ekonomi dan ekologi dapat berjalan beriringan. Yang menjadi permasalahan adalah kebijakan Penangkapan Ikan Terukur masih dalam proses penetapan regulasi hukum. Namun ada beberapa aturan turunan yang mendukung konsep Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur yaitu PP 85 tentang tarif PNBP di sektor kelautan perikanan.

Untuk mencapai pemahaman yang sama dibutuhkan suatu bentuk sosialisasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Sebagai proses penyampaian pesan kepada masyarakat, sosialisasi lebih baiknya bersifat mengajak dan mempengaruhi penerimaan pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, dalam melakukan sosialisasi tentang Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur dibutuhkan perumusan strategi komunikasi oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan. Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan sebuah manajemen komunikasi yang dilakukan dengan berbagai taktik operasional dalam rangka mencapai suatu tujuan (Effendy, 2005). Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Kerja Sama Luar Negeri Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam wawancara bersama penulis pada tanggal 03 Februari 2023 menjelaskan tujuan dari strategi komunikasi

“Strategi komunikasi didorong melalui upaya membangun awareness terhadap konsep maupun tujuan penangkapan ikan terukur agar stakeholder memiliki pemahaman yang sama terhadap program penangkapan ikan terukur.”

Untuk memahami strategi komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam Mensosialisasikan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur ini, tulisan ini akan membahas strategi komunikasi berdasarkan dari komponen-komponen komunikasi, yaitu komunikator, komunikan, media, pesan yang disampaikan serta dampak yang diharapkan.

Komunikator. Salah satu komponen yang sangat penting dalam menyebarkan informasi dan membangun pemahaman komunikan (dalam tulisan ini adalah nelayan), adalah komunikator. Dalam membangun strategi komunikasi yang efektif bagi nelayan, ada beberapa pertimbangan yang digunakan KKP ketika melakukan penunjukan untuk komunikator. Pertimbangan tersebut adalah pertama, dengan mempertimbangkan siapa yang menjadi target sasaran. Kedua, komunikator harus memiliki kredibilitas. Ketiga, komunikator harus memiliki pengetahuan yang cukup terkait dengan topik yang dibahas. Keempat, komunikator harus mempunyai pengalaman dalam mengatasi permasalahan seperti yang terjadi pada saat ini. Kelima, komunikator harus memiliki motivasi yang tinggi serta bersikap baik. Mengutip dari pendapat Mark L Knapp dan Anita L.

Vangelisti Dalam bukunya yang berjudul *Interpersonal Communication and Human Relationships* (2000), komunikator yang ditunjuk oleh KKP adalah komunikator yang kredibel, berpengalaman serta memiliki sikap dan motivasi yang baik. Seperti dijelaskan oleh Ari Prabowo dalam wawancara mendalam pada tanggal 03 Februari 2023.

“Komunikator Utama yaitu Menteri KP, Pejabat Eselon I terkait, Akademisi, Para Pelaku Usaha sektor perikanan tangkap.”

Sejalan dengan hal tersebut, Bapak Djoko, Ketua Sub-Pokja Hubungan Masyarakat DJPT KKP juga menambahkan bahwa pada bentuk kegiatan tertentu, komunikator dan komunikan dapat berganti peran karena adanya fungsi komunikasi dua arah.

“Jadi dalam konsultasi publik tersebut tidak didominasi oleh kita saja tapi juga masyarakat. Jadi kalau ditanya siapa komunikatornya? Ya dua-duanya, dari Pemerintah dan juga masyarakat yang diwakili oleh para nelayan, pengusaha atau lainnya. Jadi ada komunikasi dua arah.”

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas, komunikator yang digunakan oleh KPP dalam menerapkan strategi komunikasi dalam membangun pemahaman kepada masyarakat terkait Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur ini adalah para pemangku jabatan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia, stakeholders serta masyarakat. Komunikan yang menjadi target sasaran utama adalah nelayan dan pengusaha penangkapan ikan. Menurut Kepala Biro Humas dan Kerja Sama Luar Negeri Kementerian Kelautan dan Perikanan (Bapak Ari), komunikan yang menjadi sasaran adalah,

“Namanya komunikator pasti ada komunikan juga, komunikan atau target sasaran KKP tentunya para pelaku usaha perikanan tangkap, nelayan, dan stakeholder perikanan tangkap lainnya.”

Pesan. Pesan yang tepat dalam komunikasi, mempunyai peran yang sangat besar dalam membangun pemahaman khalayak. Dalam rangka sosialisasi Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur ini, pesan disampaikan secara verbal dan non verbal. Pesan verbal adalah pesan yang disampaikan secara langsung dalam bentuk bahasa ataupun symbol sedangkan pesan non verbal adalah pesan yang ditunjukkan melalui ekspresi wajah, gerakan, atau gestur (Gandasari, 2021). Pesan verbal dalam pelaksanaan strategi komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) digunakan pada saat dilaksanakan konsultasi publik, audiensi, infografis dalam penyajian konten di media, video, visualisasi gambar spanduk, dan juga pengemasan teks dalam siaran pers. Pesan non verbal dapat dilihat saat pelaksanaan sosialisasi secara langsung dengan melihat ekspresi komunikator dan komunikan, seperti senyum, menggerakkan tangan, mengangkat alis dan lain sebagainya.

Media. Pesan yang disampaikan dalam melakukan sosialisasi membutuhkan sarana media untuk menyebarkan informasi (Auliani, 2017). Media yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi ini sangat ditentukan oleh komunikan atau audiens dari kegiatan sosialisasi ini. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Kegiatan secara langsung menggunakan media bahasa, sedangkan sosialisasi yang tidak langsung menggunakan media massa, media sosial dan media luar ruangan. Media massa yang digunakan adalah media cetak dengan cara mengirimkan berita atau melalui konferensi pers. Media sosial yang digunakan yaitu Instagram, Twitter, Youtube, TikTok dan Website. Media luar ruang yang digunakan adalah spanduk, banner, dan videotron.

4.2 Strategi Komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam Mensosialisasikan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur

Sosialisasi kebijakan penangkapan ikan terukur dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Sosialisasi secara langsung artinya pihak komunikator mengadakan komunikasi langsung dengan pihak komunikan (Arumsari et al., 2020) secara dua arah. Komunikasi dua arah ini memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung antara komunikan dan komunikator. Dalam rangka sosialisasi kebijakan penangkapan ikan terukur, Kementerian Kelautan dan Perikanan menggunakan strategi dengan pendekatan secara langsung kepada

masyarakat nelayan seperti konsultasi publik, forum sosialisasi, bincang bagari, audiensi dan *Word of Mouth* (WOM). Ada beberapa tujuan dari kegiatan, yaitu untuk mensosialisasikan kebijakan penangkapan ikan terukur (PIT) dan untuk mendapat masukan serta aspirasi dari masyarakat. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Djoko dalam wawancara pada tanggal 13 Januari 2023,

“Konsultasi publik ini kita adakan kegiatannya untuk mensosialisasikan kebijakan PIT tapi kita juga mencari masukan yang lebih banyak dari masyarakat.”



Gambar 1. Sosialisasi Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur di Kota Tegal (14/01/2022)
Sumber: kkp.go.id

Word of Mouth (WOM) merupakan strategi komunikasi yang paling efektif dalam kegiatan sosialisasi kebijakan penangkapan ikan terukur. *Word of Mouth* (WOM) merupakan strategi penyampaian pesan secara langsung dan bertemu dengan khalayak di lapangan. Dalam sosialisasi Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur ini, kegiatan dengan pendekatan WOM dilakukan oleh staff UPT yang biasa disebut dengan penyuluh yang berada di berbagai daerah di Indonesia. Bapak Djoko dalam wawancara dengan penulis, tujuan dari penyuluh ini adalah:

“Penyuluh ini menyampaikan pesan secara langsung, tidak melalui media massa, media sosial, tapi mereka yang terjun langsung ke masyarakat. Ujung tombak kita adalah orang-orang yang ada di lapangan ini. Jadi di pusat kita bermain dengan media massa dan media sosial, tapi tidak melepas juga peran dari penyuluh-penyuluh di masyarakat daerah. Artinya mereka walaupun pemahaman mungkin juga hanya sekedar tapi minimal berupaya untuk mereda potensi unjuk rasa ke pusat”

Sosialisasi secara tidak langsung merupakan strategi kedua yang dilakukan dalam sosialisasi kebijakan penangkapan ikan terukur. Sosialisasi tidak langsung artinya tidak langsung bertemu dan berkomunikasi secara tatap muka dengan khalayak (Arumsari et al., 2020). Sosialisasi tidak langsung ini sangat memungkinkan terjadi secara satu arah dan disisi yang lain dapat terjadi dua arah. Komunikasi satu arah atau dua arah ini sangat tergantung pada media yang digunakan. Media yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi ini adalah media massa, media sosial dan media luar ruangan. Media massa terdiri dari media cetak yaitu koran. Ada beberapa strategi yang dilakukan oleh Kementerian kelautan dan perikanan ketika melakukan sosialisasi kebijakan ini dengan menggunakan media cetak, yaitu *pertama*, melakukan konferensi pers yang tujuannya adalah menyampaikan informasi Kebijakan Penangkatan Ikan Terukur kepada masyarakat. *Kedua*, kolaborasi dengan media untuk mempublikasikan pesan atau konten.

Strategi komunikasi untuk mensosialisasikan Kebijakan Penangkatan Ikan Terukur dengan menggunakan media sosial, dilakukan dengan menggunakan Instagram, Twitter, Youtube, TikTok dan Website. Beberapa media sosial ini dipilih untuk mensosialisasikan kebijakan ini dengan pertimbangan media sosial – media sosial inilah yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sasaran, yaitu masyarakat nelayan.

Media luar ruang merupakan media lainnya yang digunakan untuk merangkul masyarakat nelayan dan membangun pemahaman masyarakat nelayan terkait Kebijakan Penangkatan Ikan Terukur. Media luar ruang yang digunakan adalah spanduk, banner, dan videotron. Media luar ruangan merupakan media yang sangat efektif untuk menjangkau khalayak (Alfaini, 2022) dan sangat menunjang kegiatan sosialisasi secara

langsung ketika berada di lapangan. Hal ini dapat dipahami karena media luar mempunyai kekuatan terpaan yang besar, bahkan dalam kondisi tidak sengaja dan tidak sengaja, seringkali masyarakat mendapat terpaan dari media luar ruang tersebut.



Gambar 2 (a) (b). Contoh Pesan Verbal (Teks, Gambar, dan Symbol) dalam Bentuk Konten Infografis DI Sosial Media Kementerian Kelautan dan Perikanan

Sumber: twitter.com/@kkpgoid dan instagram.com/@kkpgoid

Strategi komunikasi dapat menjadi salah satu dasar penting agar komunikasi berjalan dengan efektif. Dalam komunikasi, untuk merancang strategi komunikasi ada empat faktor, yaitu: (Fajar, 2009:14). Diantaranya adalah mengenal khalayak, Menyusun pesan dan menetapkan metode dan pemilihan media komunikasi. Empat factor dan tahapan yang telah dikemukakan tersebut telah dijalankan dengan baik. Namun proses evaluasi juga harus terus berjalan untuk melihat bagaimana efektifitas komunikasi yang muncul. Tidak menutup kemungkinan jika pemetaan strategi komunikasi lanjutan berdasar evaluasi strategi komunikasi yang lalu dilakukan dan dirancang Kembali. Hal ini dapat menjadi salah satu kegiatan perencanaan komunikasi yang dapat berkembang dan menyesuaikan dengan situasi yang didapatkan termasuk salah satu cara menghadapi resistensi dari *Front Nelayan Bersatu Kota Tegal*.

4.3 Faktor Penghambat dan Pendukung Pelaksanaan Strategi Komunikasi

Menurut Effendy (2005), faktor penghambat dalam berkomunikasi dapat berupa gangguan- gangguan yang bersifat teknis. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga narasumber, penulis mendapati faktor-faktor penghambat pelaksanaan strategi komunikasi, yaitu gangguan mekanik, pemahaman khalayak tidak konsisten dan prasangka.

Pertama, gangguan mekanik. Gangguan teknis di lapangan yang tidak terduga. Beberapa di antaranya yaitu belum terbitnya regulasi yang membuat hambatan dalam penyusunan pesan mengenai teknis pelaksanaan kebijakan penangkapan ikan terukur sehingga membuat isi pesan belum mendalam. Kedua, pemahaman khalayak yang tidak konsisten. Setiap orang tentu memiliki pemahaman dan persepsinya masing-masing dalam menanggapi segala sesuatu. Tidak dipungkiri bahwa dalam pelaksanaan strategi komunikasi, komunikasi bisa saja memiliki pemahaman yang berubah-ubah khususnya tentang suatu kebijakan baru yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Ketiga, prasangka. Target sasaran kurang mendapat informasi dan menyebabkan prasangka-prasangka atau opini-opini yang tidak sesuai.

Faktor-faktor tersebut menjadi sebuah kendala dan hambatan pelaksanaan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan kebijakan penangkapan ikan terukur. Permasalahannya, komunikasi tidak akan berjalan dengan efektif jika khalayak atau target sasaran belum sepenuhnya menerima, mengerti dan memahami keseluruhan isi pesan. Untuk itu strategi komunikasi yang dilakukan selama ini perlu dievaluasi untuk mengetahui cara paling efektif menjangkau target sasaran menerima pesan yang disampaikan dalam upaya meminimalisir faktor-faktor penghambat strategi komunikasi. Sedangkan, penulis belum menemukan adanya faktor pendukung keberhasilan strategi komunikasi tetapi juga tidak mengatakan gagal. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya resistensi sebagai respon dari masyarakat berkaitan dengan kebijakan penangkapan ikan terukur. Untuk melihat respon khalayak, penulis mengambil studi kasus *Front Nelayan Bersatu Kota Tegal*, Jawa Tengah.

Strategi komunikasi dapat berjalan dengan efektif jika proses komunikasi tersebut dapat berpengaruh, terutama pada perubahan perilaku nelayan. Proses pemahaman kepada khalayak masyarakat maupun nelayan dapat dilakukan lebih intens, selain untuk menyampaikan kebijakan, namun juga dapat menjadi ruang dialog Bersama untuk mencapai titik pemahaman Bersama. Hal ini dapat menjadi jalan untuk memahami dampak jika kegiatan penangkapan ikan tidak mengikuti kebijakan yang ada.

4.4 Persepsi dan Sikap Front Nelayan Bersatu Kota Tegal Terhadap Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur

Setiap aturan atau kebijakan baru yang dikeluarkan pemerintah menimbulkan pemahaman dan respon yang beragam dari berbagai elemen masyarakat. Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur diharapkan dapat mensejahterahkan kehidupan masyarakat tetapi juga tetap harus memperhatikan kehidupan ekologi. Berbagai kegiatan komunikasi juga telah dilakukan untuk memberitahukan kepada khalayak tentang maksud dan tujuan kebijakan penangkapan ikan terukur ini. Akan tetapi, kegiatan komunikasi tentu tidak pernah lepas dari sebuah efek atau respon. Respon komunikasi pada hakikatnya berupa penolakan atau penerimaan tergantung sudut pandang khalayak dalam memahami pesan yang disampaikan.

Dalam wawancara mendalam pada tanggal 20 Januari 2023, Bapak Riswanto selaku Ketua Front Nelayan Bersatu Kota Tegal mengatakan bahwa pemberlakuan sistem PNBK Pasca Produksi dalam PP 85 Tahun 2021 sebagai acuan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur memberatkan pelaku usaha penangkapan ikan dan nelayan. Hal ini disebabkan oleh konsep kebijakan ini tidak sesuai dengan kultur masyarakat pesisir yang ada di Indonesia dan hanya mengikuti aturan luar negeri.

“Pertama mendengar rencana kebijakan penangkapan ikan terukur, pelaku usaha penangkapan ikan dan nelayan bingung dan resah, menurut pelaku usaha penangkapan ikan dan nelayan wacana kebijakan itu mengadopsi aturan dari luar negeri yang secara kultur budaya dan kebiasaan masyarakat pesisirnya berbeda, sehingga muncul banyak pertanyaan dari berbagai elemen masyarakat.”

Masyarakat nelayan khususnya pada studi kasus dalam penelitian ini merasakan kebingungan dan keresahan yang berujung pada penolakan akan konsep kebijakan Penangkapan Ikan Terukur. Bentuk penolakan diwujudkan dalam unjuk rasa baik di daerah sampai ke tingkat pusat. Menurut Riswanto dalam wawancara tanggal 20 Januari 2023, unjuk rasa yang dilakukan sampai ke tingkat pusat disebabkan karena tidak adanya solusi terkait aspirasi masyarakat nelayan dari beberapa pertemuan dan audiensi yang dilakukan bersama pemerintah.

“Bentuk penolakan terakhir dengan aksi unjuk rasa pelaku usaha penangkapan ikan dan nelayan di Pantura Jawa dan kemudian melalui surat memberitahukan kepada Pemerintah untuk mendengarkan aspirasi nelayan.”

Di lain sisi, menurut pandangan Bapak Djoko, Ketua Pokja Humas Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap dalam wawancara pada tanggal 13 Januari 2023, perubahan aturan dalam tata kelola perikanan membuat masyarakat belum begitu paham dengan konsep serta tujuan dibuatnya Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur. Sehingga memunculkan respon yang beragam dari masyarakat baik dari pihak yang menerima dan menolak kebijakan. Kementerian Kelautan dan Perikanan menangkap sinyal keresahan dari masyarakat. Hal ini dilihat dari resistensi yang terjadi di kantor pusat.

“Setiap kebijakan publik yang dikeluarkan pemerintah ada yang pro dan kontra. Maksudnya pendapatnya. Jadi karena memang kita komunikasinya sifatnya regulator, kami menyadari bahwa itu merupakan hal yang wajar. Dari segi argumen dan lainnya. Setiap membentuk kebijakan pasti ada respon. Apalagi kemudian stakeholder utama kita adalah nelayan kecil. Ya tentu kami menyadari bahwa mereka minim informasi.”

Berdasarkan analisa diatas, ada dua tipe masyarakat dalam menanggapi kebijakan penangkapan ikan terukur ada yang menerima dan ada yang menolak, namun pada studi kasus ini lebih memberatkan pada sikap penolakan. Sikap ini muncul bukan karena konsep kebijakan penangkapan ikan terukur tetapi kurangnya informasi yang sampai kepada nelayan dan pengusaha ikan terkait informasi manfaat dan tujuan kebijakan. Menurut Sunaryo (2014), faktor internal dan eksternal mempengaruhi pembentukan pemahaman

dan respon seseorang. Beberapa faktor yang mempengaruhi pemahaman dan respon Front Nelayan Bersatu Kota Tegal terhadap kebijakan Penangkapan Ikan Terukur adalah faktor internal dan eksternal.

Faktor Internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu. Faktor internal yang mempengaruhi pemahaman Front Nelayan Bersatu Kota Tegal adalah perbedaan tingkat pemahaman, kondisi psikologis, harapan, prasangka, motivasi dan kebutuhan masyarakat berbeda-beda menyebabkan kesalahpahaman dalam proses komunikasi mengenai kebijakan yang disosialisasikan. Selanjutnya, faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar individu. Dalam kasus ini faktor eksternal terbentuk dari budaya dan pengalaman. Orang akan memberikan interpretasi terhadap pesan yang diterima sesuai dengan sikap, kebiasaan, atau kepercayaan yang sudah dimiliki. Dalam hal ini nelayan dan pengusaha ikan sudah terbiasa melakukan penangkapan ikan tidak dengan kuota penangkapan atau wilayah perbatasan.

Menanggapi penolakan oleh Front Nelayan Bersatu, pada Juni 2022 diadakan Audiensi dengan beberapa perwakilan, termasuk Bapak Riswanto, Ketua Front Nelayan Bersatu Kota Tegal juga ikut dalam audiensi tersebut. Hasil audiensi menjelaskan tentang baana aturan atau kebijakan PIT akan diberlakukan. Riawanto menjelaskan bahwa selain itu masih banyak tuntutan lainnya, tetapi terkait konsep Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur sudah jelas dan dipahami oleh anggota yang sedang mengikuti audiensi.

“Tanggapan KKP dalam audiensi dan pertemuan yang diadakan, sosialisasi yang dilaksanakan KKP lebih kepada bagaimana aturan atau kebijakan PIT ini akan diberlakukan. Kami sudah menerima dan memahami, tetapi sementara masih ada tuntutan lainnya yang sedang dalam proses solusi yaitu PNPB Pasca Produksi.”

Hasil penelitian di atas menunjukkan adanya hubungan yang tidak relevan antara pihak Kementerian Kelautan dan Perikanan dan Front Nelayan Bersatu sebagai representative masyarakat. Hal ini sejalan dengan landasan teori disonansi kognitif dimana tidak tercapainya implikasi dari elemen consonance dan disonansi. Khalayak sebenarnya telah mengetahui tentang tujuan dan manfaat konsep kebijakan penangkapan ikan terukur tetapi masih terjadi penolakan karena menilai aspirasi yang disampaikan kurang didengarkan. Setelah adanya sosialisasi secara langsung dalam hal ini audiensi oleh pihak Kementerian Kelautan dan Perikanan pada saat itu juga khalayak dapat memahami dan mengerti konsep Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur. Hal inilah yang membuat masyarakat khususnya Front Nelayan Bersatu terus berusaha untuk menyampaikan aspirasi untuk mencapai pemahaman yang sama dengan Pemerintah. Masyarakat berusaha mengubah disonansi menjadi konsonansi dimana pendapat yang dipegang sejalan dengan perilakunya.

Resistensi atau penolakan adalah sikap atau tindakan yang menentang, melawan, menampik, atau menghalau suatu tekanan/perintah/anjuran yang datang dari eksternal dalam hal ini adalah kebijakan dari Menteri kelautan dan perikanan. Resistensi merupakan fenomena yang merujuk pada situasi sosial di mana pihak-pihak yang dirugikan dalam struktur sosial masyarakat kemudian melakukan perlawanan terhadap pihak-pihak yang merugikan mereka. Pada situasi inilah proses perencanaan komunikasi harus mulai untuk di review Kembali, sehingga dapat menemukan strategi komunikasi yang tepat untuk menjadikan resistensi menjadi sebuah proses negosiasi mencapai pemahaman bersama, bahwasanya bukan untung atau rugi yang didapat masing-masing pihak. Namun kesepakatan dan dialog yang mempertimbangkan dampak dari disusunnya kebijakan ini bagi masyarakat, nelayan dan juga sumber daya alam serta keberlangsungannya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari Strategi Komunikasi Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam Mensosialisasikan Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur Studi Kasus Front Nelayan Bersatu, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

- a. Dalam menjalankan strategi komunikasi, Kementerian Kelautan dan Perikanan menggunakan berbagai bentuk komunikasi seperti pemberian informasi melalui media massa, media sosial, words of mouth, konsultasi publik, audiensi serta beberapa sosialisasi langsung. Strategi komunikasi yang dapat mengurangi resistensi masyarakat terdapat pada komunikasi dua arah di mana Front Nelayan Bersatu sebagai perwakilan masyarakat dan pihak Kementerian Kelautan dan Perikanan bisa saling memberikan informasi dan aspirasi sehingga kebutuhan dua pihak dikomunikasikan dengan baik. Faktor penghambat jalannya strategi komunikasi yaitu terjadinya kesalahpahaman oleh masyarakat terkait konsep kebijakan yang juga dipengaruhi oleh isi pesan secara teknis belum diinformasikan karena masih dalam proses pembentukan regulasi Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur.
- b. Front Nelayan Bersatu Kota Tegal merepresentasikan persepsi nelayan yang tidak menerima Kebijakan

Penangkapan Ikan Terukur. Respon dari persepsi yang dihasilkan berupa sikap bingung, resah, dan berujung pada aksi demonstrasi. Faktor internal berupa tingkat pemahaman, kondisi psikologis serta faktor eksternal berupa pengalaman dan budaya menyebabkan resistensi masyarakat. Pemahaman nelayan berubah saat diadakan komunikasi secara langsung.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis mengemukakan saran terkait strategi komunikasi untuk membangun pemahaman nelayan dan pelaku bisnis perikanan tentang Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur sebagai berikut.

1. Hendaknya Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam mensosialisasikan konsep Kebijakan Penangkapan Terukur memperhatikan metode komunikasi yang paling efektif dengan pemilihan media yang sesuai dengan kondisi target khalayak sehingga khalayak dapat memahami dan mengerti konsep Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur.
2. Sebaiknya Kementerian Kelautan dan Perikanan melakukan pendekatan secara psikologis dengan tokoh masyarakat untuk memperkuat kerja sama dalam melakukan sosialisasi dengan sasaran nelayan kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F. B. (2022). *Video Nelayan Se-Jawa Kumpul di Tegal Tuntut Pemerintah Revisi Kebijakan*. Retrieved from <https://jateng.tribunnews.com/2022/06/02/video-nelayan-se-jawa-kumpul-di-tegal-tuntut-pemerintah-revisi-kebijakan>
- Alfaini, N., Sarwoprasodjo, S., Seminar, A. U. (2022). Efektivitas Media Luar Ruang terhadap Perilaku Masyarakat dalam Membuang Sampah. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 6(6), 643-652. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i6.1076>
- Arumsari, N., Dwika Paradita, W., Wijayanti, T., & I. A. (2020). Strategi Komunikasi dalam Upaya Penyelesaian Konflik Nelayanan Pantai Utara di Kabupaten Baatang. *INTEGRALISTIK*, 31(1).
- Auliani, M. (2017). Strategi Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam Pencegahan HIV/AIDS di Kota Samarinda. *Ejournal Administrasi Negara*, 3(20), 17–30.
- Batubara, R. M. S. (2022). *Penangkapan Ikan Terukur yang Berkeadilan*. Retrieved from <https://knp.go.id/djprl/artikel/40706-penangkapan-ikan-terukur-yang-berkeadilan>
- Cangara, H. (2013). Perencanaan dan strategi komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo.
- Cockerill, K. (2002). Context is Key: The Media Role in Shaping Public Perceptions about Environmental Issues. *Journal of Environmental Practice*, 4(2), 107-113.
- Creswell, W. J. & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Darmastuti, R., Bajari, A., Martodirdjo, H. S., & Maryani, E. (2016). Gethok Tular, Pola Komunikasi Gerakan Sosial Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Samin di Sukolilo. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 104-118.
- Dewi, R. P. (2019). *Studi Kasus - Metode Penelitian Kualitatif*. April 2015, 31–46.
- Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap. *Pelabuhan Perikanan Jadi Garda Terdepan Penangkapan Ikan Terukur*. Retrieved from <https://knp.go.id/djpt/artikel/41541-pelabuhan-perikanan-jadi-garda-terdepan-penangkapan-ikan-terukur>
- DPR RI. (2014). *Naskah Akademik dan RUU Tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Nelayan, Pembudi Daya Ikan, dan Petambak Garam*. 2013.
- Effendy, O. U. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Farisa, F. C. (2022). *Awal Mula Warga Wadas Melawan, Tolak Tambang Batu Andesit untuk Proyek Bendungan Bener Halaman*. Retrieved from Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2022/02/09/17020441/awal-mulawarga-wadas-melawan-tolaktambang-batu-andesit-untuk>
- Fatnisah, F. N. (2017). Strategi Komunikasi Lembaga Perlindungan (LPA) dalam Mensosialisasikan Program Mengenai Pencegahan Kekerasan Terhadap Anak di Kabupaten Gowa.. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Gandasari, D. (2021). Unsur dan Proses Komunikasi. *Komunikasi Pertanian*. Desember, 19–25.
- Guitarra, P. (2022). *Ternyata Pemerintah “Bebaskan” Tambang Desa Wadas Tanpa Izin*. Retrieved from CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220211183216-4-314846/ternyata-pemerintahbebaskan-tambang-desa-wadas-tanpaizin>
- Hamluddin, Yuniarti, T., Nugroho, F., Budiman, S., & Primadiansyah, R. (2022). Participatory Communications of Bekasi City Residents in Covid 19 Vaccination Activities. *MAKNA: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya*, 11(2).
- Harland, P. M., Santoso, P., & Madjid, A. (2022). Respek dan Rekognisi : Resolusi Konflik Wadas (Analisis Resolusi Konflik Wadas dalam Perspektif Teori Rekognisi Axel Honneth). *Jurnal Komunikatio*, 8(2).

- Hasmawati, F. (2020). Karakteristik Komunikator yang Efektif dalam Komunikasi Antar Pribadi. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, 4(2), 69–95. <https://doi.org/10.19109/jkpi.v4i2.7315>
- Heath, R. L. & Coombs, W. T. (2006). *Today's Public Relations: An Introduction*. California: Sage Publications
- Kismunthofiah, K., Masyitoh, D., Hidayatullah, A. F., & Safitri, R. M. (2022). Socio-Ecological Analysis of Andesite Mining Plans in Wadas Village, Purworejo, Central Java. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 26(1), 21–43. <https://doi.org/10.7454/MJS.V26I1.13251>
- Maryani, E. & Darmastuti, R. (2017). The 'Bakul Gendong' as A Communication Strategy to Reject the Construction of A Cement Factory in Central Java. *Public Relations Review*, 43(2017) 46–55.
- Menteri Kelautan dan Perikanan. (2022). *Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur. Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia*. <https://eo2022.beritasatu.com/assets/download/menteri-kelautan.pdf>
- Misran, Asriadi, Abhipraya, F. A., Isolana, J. B., Evendi, D., & Akbar, P. (2023). A Case Study on Wadas Community Social Movement: Community Resistance Movement Against Mining Development. *Humanus: Jurnal Ilmu-Ilmu Humaniora*, 22(1), 12–27. DOI: 10.24036/humanus.v22i1.117031.
- Mulyana, R. (2021). *Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur*. 1–18. Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Ningsih, F. S., Chladniite, I., & Irnad, I. (2017). Fisherman Perception Study on Fishery Policy in Bengkulu City. *Jurnal AGRISEP*, 16(2), 133–144. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.16.2.133-144>
- Pembayun. (2013). *One Stop: Qualitative Research Methodology in Communication*. Jakarta: Penerbit Lentera Ilmu Cendekia.
- Pratiwi, Y. D., Saputra, D. E., Tallo, D. K. O., & Dewanti, E. T. (2022). Politik Hukum Penetapan Wilayah Pengelolaan Perikanan dan Penangkapan Ikan Terukur dalam Pembangunan Sumber Daya Perikanan Berkelanjutan. *Bina Hukum Lingkungan*, 6(3), 362–385. <https://doi.org/10.24970/Bhl.V6i3.283>
- Regeher, M. & Larkin, J. (2002). *Risk Issues and Crisis Management: A Case Book of Best Practice Third Edition*. London: Chartered Institute of Public Relations
- Saleh, A. & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105. Doi: 10.30596/interaksi.v4i1.4134
- Santoso, I. M. (2015). *Teori Disonasi k. Tugas Kajian dan Pengembangan Komunikasi & Informasi*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Padjajaran.
- Sari, H. R. (2022). Ini Proyek Bendungan Bener & Pertambahan di Warga Desa Wadas. Retrieved from Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/peristiwa/ini-proyek-bendungan-bener-ampertambahan-di-warga-desawadas.html>
- Sedayu, A. (2016). *Menolak Pabrik Semen, Petani Rembang Dirikan Tenda di Istana*. Retrieved from Tempo <https://nasional.tempo.co/read/790616/menolak-pabrik-semen-petani-rembang-dirikan-tenda-di-istana>
- Suranto, A. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjipto Subadi. (2008). *Sosiologi*. BP-FKIP UMS.
- Undang Undang Republik Indonesia No 31 Tahun 2004.
- Wahono, S. (2020). Strategi Komunikasi PT Semen Indonesia (PERSERO) TBK dalam Manajemen Isu Pembangunan Pabrik Semen di Rembang. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1–12.
- Wardana, A. (2022). Geografi Hukum Proyek Strategis Nasional: Studi Kasus Bendungan Bener di Purworejo, Jawa Tengah. *Undang: Jurnal Hukum*, 5(1), 1– 41. <https://doi.org/10.22437/UJH.5.1.1-41>
- Wibowo, A., Rohmad, Z., Padmaningrum, D., & Utami, B. W. (2012). Strategi Komunikasi Masyarakat Samin dalam Membangun Ketahanan Pangan Lokal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(3), 262–271.
- Winardi, R. D. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data, September 2018*. https://www.researchgate.net/publication/331556677_metoda_wawancara
- Yanti, F. & Amaliah, E. (2020). Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat pada Perguruan Tinggi Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1).