

KOMUNIKASI PUBLIK *INDONESIA TOURISM DEVELOPMENT CORPORATION (ITDC)* DALAM MENGEMBANGKAN MODAL SOSIAL MASYARAKAT DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS MANDALIKA

Dea Aswani¹, I Wayan Suadnya², Agus Purbathin Hadi³

¹²³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram, NTB, Indonesia
Contact: deaaswani.5501@gmail.com

ABSTRACT

Tourism is one of the main sectors to increase economic growth. One of the government's breakthroughs in developing tourism is by creating a Special Economic Zone (SEZ) for Tourism. The stakeholder chosen by the government to work together to build and manage Mandalika SEZ is PT Indonesian Tourism Development (Persero) or commonly referred to as Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC). This research aims to find out the public communication of Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) in developing community social capital in Mandalika Special Economic Zone. This research uses descriptive qualitative methods. The data collection techniques used by researchers are observation, interviews and documentation. Data analysis techniques in this study used data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification. The results of the study found that in conducting public communication, ITDC went directly to the village to conduct socialization and utilize press conferences to convey messages. ITDC delivered informative and persuasive messages to provide understanding to the community that the SEZ development can have a positive impact on people's lives. In delivering messages, there is a disturbance that is most often found, namely psychological disturbance in the form of public distrust of the messages conveyed by ITDC.

Keywords: ITDC; Public Communication; Community Social Capital

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor utama untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Salah satu terobosan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata yaitu dengan membuat Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata. Stakeholder yang dipilih oleh pemerintah untuk bekerja sama membangun dan mengelola KEK Mandalika yaitu PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau yang biasa disebut sebagai Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi publik Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) dalam mengembangkan modal sosial masyarakat di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian ditemukan bahwa dalam melakukan komunikasi publik, pihak ITDC turun langsung ke desa untuk melakukan sosialisasi dan memanfaatkan konferensi pers untuk menyampaikan pesan. ITDC menyampaikan pesan-pesan yang bersifat informatif dan persuasif untuk memberi pemahaman terhadap masyarakat bahwa pembangunan KEK ini dapat memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakat. Dalam penyampaian pesan, ada gangguan yang paling sering ditemukan yaitu gangguan psikologis berupa ketidakpercayaan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh pihak ITDC.

Kata Kunci: ITDC; Komunikasi Publik; Modal Sosial Masyarakat

Pendahuluan

Pariwisata merupakan sebuah industri yang memiliki keterkaitan dengan berbagai sektor kehidupan, baik itu dari sektor sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan. Pariwisata juga dapat dikatakan merupakan salah satu sektor utama untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Aliansyah dan Hermawan (2019) menerangkan bahwa sektor pariwisata memberi dampak yang sangat besar bagi masyarakat, terutama masyarakat yang tinggal di lokasi tersebut.

Pemerintah hingga saat ini masih berupaya untuk mengembangkan sektor pariwisata sebagai medium potensial meningkatkan perekonomian masyarakat dan negara. Salah satu terobosan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata yaitu dengan membuat Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata yang diharapkan dapat membantu pertumbuhan perekonomian di daerah tersebut. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2009 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus menyebutkan pada pasal 1 ayat 1 bahwa yang dimaksud dengan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), adalah kawasan dengan batas tertentu dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang ditetapkan untuk menyelenggarakan fungsi perekonomian dan memperoleh fasilitas tertentu.

Dilansir dari kemenparekraf.go.id (2021) terdapat enam kawasan ekonomi khusus sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yaitu, KEK Mandalika, KEK Tanjung Kelayangan, KEK Likupang, KEK Tanjung Lesung, KEK Singhasari, dan KEK Morotai. Karlina (2017) menyebutkan bahwa KEK Mandalika yang berada di Pulau Lombok, sebagai bagian dari zona pariwisata yang dapat memunculkan kegiatan ekonomi, diantaranya 1) restoran; 2) penginapan; 3) transportasi; 4) fasilitas rekreasi; 5) pelayanan perjalanan; 6) pengembangan destinasi wisata; 7) atraksi wisata; 8) penelitian.

Dalam upaya membangun KEK, maka pemerintah melakukan kerja sama dengan berbagai *stakeholder*. Salah satu *stakeholder* yang dipilih oleh pemerintah untuk bekerja sama membangun dan mengelola KEK Mandalika yaitu PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) atau yang biasa disebut sebagai *Indonesia Tourism Development Corporation* (ITDC). ITDC sendiri merupakan badan usaha milik negara yang spesialisasinya dalam pengembangan kompleks pariwisata terintegrasi. Selain itu, dibutuhkan peran aktif masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* primer di bidang pariwisata, terlebih masyarakat yang tinggal di KEK Mandalika, yang di mana mendapatkan dampak secara langsung dari pembangunan tersebut.

Partisipasi masyarakat sekitar lokasi KEK Mandalika tentu sangat diperlukan demi kelancaran pengelolaan. Oleh sebab itu, ITDC sebagai pengembang dan pengelola KEK Mandalika perlu untuk mengembangkan modal sosial masyarakat sekitar agar dapat membantu dalam pengembangan dan pengelolaan KEK Mandalika. Modal sosial menurut Warlock dalam (Fathy, 2019) mengungkapkan bahwa modal sosial mengacu pada proses-proses antar orang yang membangun jejaringan, norma, kepercayaan sosial, dan memperlancar kerjasama dan koordinasi yang saling menguntungkan. Modal sosial yang tidak dibentuk dengan baik dapat mengakibatkan munculnya permasalahan. Hal ini juga terlihat di KEK Mandalika terkait sengketa tanah yang terjadi.

Banyak masyarakat yang berada di kawasan KEK Mandalika tidak dipenuhi haknya atas kompensasi tanah yang akan digunakan untuk pembangunan sirkuit MotoGP. Selain itu, pada masa-masa persiapan *event* MotoGP, warga melakukan demonstrasi dan menuntut ITDC agar masyarakat lokal dilibatkan dengan diberikan pekerjaan menjelang pramusim MotoGP (*Detiknews.com*, 2022). Berdasarkan kasus-kasus tersebut, maka seharusnya ITDC mengembangkan modal sosial masyarakat yang tinggal di kawasan KEK Mandalika agar pembangunan dan pengelolaan KEK Mandalika bisa memberi dampak positif bagi masyarakat.

Salah satu cara untuk mengembangkan modal sosial masyarakat yaitu dengan komunikasi. DeVito (2015: 28) menjelaskan bahwa orang berkomunikasi karena berbagai alasan, antara lain untuk belajar, menjalin hubungan, saling membantu, dan menikmati

interaksi sosial. Oleh sebab itu, setiap komunikasi yang dilakukan oleh manusia tidak bisa terlepas dari tujuan tertentu. Menurut Syahra (2003) Konsep modal sosial sebenarnya muncul dari pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Diperlukan adanya kebersamaan dan kerja sama yang baik dari segenap anggota masyarakat yang berkepentingan untuk mengatasi hal tersebut. Syahriar dan Darwanto (2015) menjelaskan ada beberapa elemen penting dalam modal sosial, di antaranya Kepercayaan, norma, dan jaringan sosial

Komunikasi yang dilakukan ITDC kepada masyarakat di KEK Mandalika tergolong dalam komunikasi publik karena menyasar masyarakat secara umum. Panuju (2018:86-87) mengatakan bahwa apabila terjadinya komunikasi dengan sejumlah besar orang, maka komunikasi tersebut dikenal sebagai komunikasi publik. Harsono menjelaskan dalam (Panuju, 2018:86), dalam komunikasi publik, pembicara bisa siapa saja, dan topik yang dibahas bisa politik, sosial, ekonomi, budaya, atau lainnya. yang pada akhirnya akan menghasilkan suatu kebijakan. Dalam prosesnya, komunikasi publik melibatkan enam elemen komunikasi yaitu, 1) konteks komunikasi yang di dalamnya ada latar tempat, keterkaitan komunikator dengan audiens, serta waktu dilaksanakannya komunikasi publik, 2) sumber pesan atau komunikator sebagai pihak yang memproduksi pesan, 3) komunikan atau audiens, 4) pesan, 5) channel atau media yang digunakan dalam menyampaikan pesan, 6) *noise* atau gangguan yang dialami pada saat proses komunikasi publik berlangsung. *Noise* atau hambatan ini dapat berbentuk hambatan fisik, psikologis, fisiologis, dan semantik.

Pentingnya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, terlebih saat melakukan pengembangan modal sosial, membuat komunikasi publik yang dilakukan ITDC berperan penting terhadap bagaimana modal sosial masyarakat di KEK Mandalika, sehingga membuat peneliti tertarik untuk melihat Komunikasi Publik Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) dalam Mengembangkan Modal Sosial Masyarakat di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Harahap (2020:123) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti, menyelidiki, menggambarkan, menemukan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan dengan metode kuantitatif. Syarif dan Yunus (2013:59) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat terkait fenomena sosial.

Penelitian ini dilaksanakan di kantor ITDC dan 5 desa di KEK Mandalika, Kabupaten Lombok Tengah dari bulan Mei-Agustus 2023. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan ITDC dan masyarakat di KEK Mandalika, sedangkan objek dalam penelitian ini, yaitu komunikasi publik ITDC dalam mengembangkan modal sosial masyarakat di KEK Mandalika. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*, di mana penentuan informan berdasarkan kriteria tertentu. Informan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu informan utama dan pendukung. Informan utama adalah narasumber yang mengetahui secara detail dan mendalam terkait masalah penelitian, yaitu staf Corporation Communication ITDC Mandalika. Sedangkan informan pendukung dalam penelitian ini, yaitu Kepala Desa Mertak, Kepala Desa Sengkol, Kepala Desa Sukadana, Kepala Desa Teruwai, Sekretaris Desa Kuta, serta Masyarakat umum yang memiliki pengetahuan terkait ITDC.

Sumber data penelitian ada dua, yaitu primer dan sekunder. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu hasil observasi dan wawancara dengan informan penelitian, sedangkan sumber data sekunder yaitu dari berbagai literatur seperti buku, jurnal ilmiah, tesis, skripsi, proceeding, dan website yang memiliki kaitan dengan masalah penelitian.

Dalam proses pengumpulan data, ada beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan antara lain: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan menggunakan tahapan model Miles dan Huberman, yaitu melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dan Pembahasan

Komunikasi publik yang dilakukan oleh pihak ITDC untuk mengembangkan modal sosial masyarakat merupakan bagian yang penting untuk diteliti. Hal ini untuk mengetahui konteks, komunikator, komunikan, pesan komunikasi, media yang digunakan, gangguan pada saat komunikasi berlangsung, dan efeknya seperti apa. Selain itu, perlunya mengetahui rangkaian komunikasi publik yang dilakukan oleh pihak ITDC apakah dapat membantu mengembangkan modal sosial masyarakat atau tidak.

1. Komunikasi Publik *Indonesia Tourism Development Corporation* (ITDC) dalam Mengembangkan Modal Sosial Masyarakat di KEK Mandalika

a. Konteks Komunikasi

Konteks komunikasi yang dilakukan oleh pihak ITDC, yaitu dengan langsung turun ke lapangan atau desa-desa yang ada di KEK Mandalika, guna dapat menyampaikan pesan komunikasi secara langsung kepada masyarakat desa. Sebab, pembangunan KEK Mandalika bukan hal yang sederhana, namun menyangkut hajat banyak orang, sehingga pihak ITDC harus turun ke lapangan untuk menyampaikan terkait pembangunan. Turunnya pihak ITDC juga bertujuan untuk mengembangkan modal sosial masyarakat yang ada di KEK Mandalika, agar pembangunan tersebut dapat dibantu oleh masyarakat dengan saling bahu membahu dan saling mengisi kekurangan.

Apabila terjadinya pembahasan atau masalah yang krusial dan benar-benar mendesak terkait pembangunan KEK Mandalika, pihak ITDC akan melakukan komunikasi publik dengan melakukan konferensi pers, dengan mengundang para awak media untuk meliput pernyataan atau informasi yang ingin disampaikan oleh ITDC. Salah satu contoh yang dijelaskan oleh Didit Rahmadi selaku Staf Divisi Corporate Communication ITDC Mandalika, pada saat munculnya isu terkait dengan sengketa tanah yang ricuh, pihak ITDC segera turun ke lapangan, dan melakukan konferensi pers untuk menenangkan masyarakat.

Ada beberapa cara pendekatan yang dilakukan oleh pihak ITDC, yaitu dengan berbicara ke kepala desa langsung, melakukan pertemuan rutin dengan para kepala dusun dan langsung juga turun ke masyarakat baik itu melakukan sosialisasi terkait proses pengerjaan KEK Mandalika. Hal ini tentu menunjukkan keseriusan ITDC dalam mengembangkan KEK Mandalika yang dapat memberi dampak sosial dan ekonomi bagi masyarakat. Menurut penjelasan Satria Wijaya selaku Kepala Desa Sengkol, ITDC mengkomunikasikan banyak hal dengan masyarakat di KEK Mandalika terkait dengan tenaga kerja, dan proses pembangunan. Ini menunjukkan konteks komunikasi dengan cara turun langsung ke setiap desa, memberi dampak atau kesan positif dari masyarakat terhadap ITDC.

b. Komunikator dalam Komunikasi Publik

komunikator dalam komunikasi publik ITDC kepada masyarakat KEK Mandalika dalam mengembangkan modal sosial masyarakat, yaitu dilakukan divisi Corporate Communication ITDC Mandalika. Divisi ini memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi-informasi secara efektif dan valid terkait dengan pembangunan KEK Mandalika, menepis isu-isu yang merugikan ITDC, dan menarik hati masyarakat agar mau untuk berkolaborasi membangun KEK Mandalika, serta

diharapkan masyarakat secara komprehensif memahami apa yang disampaikan oleh pihak ITDC, sehingga tidak termakan oleh isu-isu yang belum tentu kebenarannya.

c. Komunikasikan

Dalam konteks komunikasi publik yang disampaikan oleh pihak ITDC, maka yang menjadi komunikannya yaitu masyarakat desa yang ada di lingkungan KEK Mandalika. Hal ini dikarenakan desa-desa yang ada di lingkungan KEK Mandalika yang terkena dampak pembangunan secara langsung. Staf divisi Corporate Communication ITDC Mandalika, Didit Rahmadi juga menjelaskan bahwa penentuan komunikasi ini juga bertujuan agar pihak ITDC dapat dengan baik menyusun pesan komunikasi yang sesuai dengan karakter dan kondisi sosial masyarakat yang ada di kawasan KEK Mandalika.

d. Pesan Komunikasi

Pesan dalam komunikasi yaitu apapun yang disampaikan oleh pihak komunikator secara verbal maupun nonverbal. Didit Rahmadi selaku staf divisi Corporate Communication ITDC Mandalika menjelaskan bahwa pesan komunikasi publik ITDC kepada masyarakat KEK Mandalika bahwa bentuk pesan yang disampaikan yaitu pesan informatif dan persuasif, dikutip sebagai berikut:

“Kami menyampaikan pesan-pesan ke masyarakat bahwa pembangunan di KEK Mandalika ini sebenarnya bagus. Pertama, mungkin bukan sebagai contoh tapi realita saat ini, dengan adanya pembangunan kawasan KEK Mandalika maka pembangunan-pembangunan sekitar area KEK Mandalika itu sendiri ikut terbangun. Contohnya, dulu saat KEK Mandalika ini belum kami kembangkan, belum banyak hotel yang ada. Ketika pembangunan KEK Mandalika ini dilaksanakan, semua ikut terbangun. Jadi memang prinsip kami itu adalah bukan hanya KEK Mandalika saja yang dikembangkan, melainkan juga desa penyangga.” (Rahmadi, Wawancara, 4 Agustus 2023)

Satria Wijaya Sarap selaku Kepala Desa Sengkol, menyampaikan bahwa untuk membangun modal sosial masyarakat KEK Mandalika, pihak ITDC memberikan pesan berupa ajakan atau dapat dikatakan pesan yang mempengaruhi kesadaran masyarakat agar dapat bertindak sopan, sehingga para tamu yang datang ke Mandalika nyaman menikmati wisata mereka. Namun, masih banyak masyarakat yang tidak percaya terkait pesan yang disampaikan oleh pihak ITDC. Hal ini dikarenakan setiap ITDC memberikan janji, mereka terlalu lama untuk menepati janji tersebut.

Kepala Desa Mertak yaitu Moh. Syahnun, mengatakan bahwa beberapa pesan yang disampaikan oleh pihak ITDC berupa janji yang tidak dapat ditepati oleh pihak ITDC. Padahal hal tersebut merupakan bagian yang penting untuk membangun modal sosial masyarakat yang ada di kawasan KEK Mandalika. Kendati demikian, hingga saat ini dapat dilihat bahwa pembangunan KEK Mandalika berjalan dengan baik, serta masyarakat banyak yang ikut andil dalam proses pembangunan dan pengelolaan KEK Mandalika. Contoh pada saat ada *event*, maka pihak penyelenggara akan merekrut masyarakat sekitar agar mereka mendapatkan pendapatan. Tentu hal ini menjadi sesuatu yang dapat membangun modal sosial masyarakat. Hal ini dapat meningkatkan rasa kepercayaan, norma dan jejaringan masyarakat setempat.

e. Media Komunikasi

Didit Rahmadi, selaku staf divisi Corporate Communication ITDC menjelaskan bahwa media komunikasi yang digunakan pihak ITDC dalam melakukan komunikasi

public, yaitu dengan cara bertemu secara langsung, serta menggunakan media online seperti website dan media sosial. Dalam hal menyampaikan informasi yang valid, maka penggunaan semua media itu dirasa penting untuk dioptimalkan. Selain itu, melakukan konferensi pers dengan memanfaatkan media lokal maupun nasional merupakan langkah yang tepat untuk digunakan. Pada saat konferensi pers, maka terjadilah komunikasi publik yang ditujukan kepada masyarakat yang bahkan khalayaknya tidak semua dikenal.

Media komunikasi dalam konteks mengembangkan modal sosial dapat digunakan untuk membangun kepercayaan, norma serta jejaringan masyarakat. Pada saat ITDC menggunakan media komunikasi yang tepat, maka hal tersebut dapat menambah kemungkinan pesan yang disampaikan menjangkau setiap masyarakat. Lebih lanjut Kepala Desa Sukadana yaitu, Syukur menuturkan bahwa pihak ITDC biasanya turun langsung untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Hal ini berarti komunikasi publik yang dilakukan oleh pihak ITDC dengan cara mengumpulkan masyarakat desa dan menyampaikan pesan secara luas kepada masyarakat. Tentu penggunaan media ini memiliki keuntungan tersendiri karena dapat dengan secara langsung melihat respon masyarakat terkait dengan pesan yang disampaikan. ITDC juga dapat melihat secara utuh karakter dari khalayak yang menerima pesan.

f. Gangguan Komunikasi

Hambatan komunikasi yang dialami oleh pihak ITDC didasarkan pada hambatan psikologis. Hal ini berupa kondisi internal masyarakat yang tidak percaya terhadap pihak ITDC. Munculnya hambatan ini karena dipengaruhi oleh inkonsistensi pesan yang disampaikan oleh pihak ITDC. Inkonsistensi ini berarti muatan pesan yang disampaikan ITDC sebelumnya tidak dapat direalisasikan oleh mereka. Tentu ini menjadi hambatan pada saat hendak membangun KEK Mandalika. Bagaimanapun, rasa percaya merupakan salah satu indikator jika ingin mengembangkan modal sosial masyarakat, sehingga hambatan ini penting untuk diatasi.

Pihak ITDC mengatasi hambatan ini dengan menyerap tenaga kerja di setiap desa penyangga yang ada di KEK Mandalika, agar modal sosial masyarakat berkembang dan mau membantu dalam proses pengembangan KEK Mandalika. Lebih lanjut cara mengatasi hambatan ini yaitu dengan melakukan klarifikasi dengan menggunakan media pers. Tentu hal ini menjadi poin plus untuk meningkatkan dan mengembangkan modal sosial masyarakat, apalagi sampai melibatkan masyarakat dalam proses perekrutan tenaga kerja untuk melaksanakan acara di KEK Mandalika.

g. Efek Komunikasi

Efek komunikasi yang dilakukan, dijelaskan Didit Rahmadi staf divisi Corporate Communication ITDC secara rinci, yang dikutip sebagai berikut:

“Kalau efek pasti ada. Efek ini akan ada dua arah, arah yang positif adalah ketika mereka yang ikut serta dan berperan dalam penyerapan security tadi. Efek yang negatif adalah ketika mereka tidak mengikuti atas alur atau proses penyerapan tenaga kerja security tersebut. Tapi kita ingin semuanya positif dulu dengan cara bagaimana tenaga kerja bisa diserap sebanyak-banyaknya, namun ini memerlukan waktu yang panjang, jadi tidak semua harus mendapat dampak yang positif.” (Rahmadi, Wawancara, 4 Agustus 2023).

Efek ini berarti masuk ke ranah efek psikomotorik karena menyangkut tindakan yang dilakukan oleh komunikan pada saat setelah mendengarkan pesan

yang disampaikan oleh ITDC. Lebih lanjut efek yang ditimbulkan dari pesan komunikasi yang dilakukan oleh ITDC dijelaskan oleh Kepala Desa Sengkol, Satria Wijaya Sarap bahwa adanya kepercayaan dari masyarakat desa yang diwakili oleh kepala desa terkait dengan penyelenggaraan acara atau *event* yang dilakukan oleh ITDC. Hal ini menunjukkan adanya efek afektif yang memunculkan rasa percaya masyarakat kepada pihak ITDC dalam mengembangkan KEK Mandalika.

Selain itu, memang dapat dilihat juga bahwa ada efek secara psikomotorik di mana masyarakat ikut andil dalam acara-acara yang dilakukan oleh ITDC. Kemudian, efek lain yang ditimbulkan dari pesan komunikasi yang dilakukan oleh ITDC dijelaskan oleh Kepala Desa Mertak, Moh. Syahnan yang mengatakan bahwa adanya efek dari pesan yang diberikan, terlihat dari banyaknya masyarakat yang mengetahui sejarah dan juga program yang dijalankan oleh ITDC. Dalam artian, ada efek kognitif yang mempengaruhi pengetahuan atau pikiran dari komunikan. Maka berdasarkan hal tersebut, pesan yang disampaikan oleh pihak ITDC memiliki efek komunikasi.

2. Pengembangan Modal Sosial Masyarakat KEK Mandalika Melalui Komunikasi Publik ITDC Mandalika

Mandalika saat ini telah menjadi Kawasan Ekonomi Khusus yang terdapat sirkuit MotoGP. Pembangunan tersebut, berdampak terhadap beberapa desa yang ada di kawasan tersebut, sehingga ITDC sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk mengembangkan modal sosial masyarakat yang ada di KEK Mandalika.

a. Kepercayaan

Santoso (2020) menerangkan bahwa munculnya kepercayaan bukan semata-mata karena seseorang atau sekelompok orang berjanji, tetapi ada unsur lain seperti watak, tabiat, pengetahuan, dan kemampuannya. Banyaknya isu-isu negatif mencuat, menyebabkan kepercayaan masyarakat terhadap pembangunan KEK Mandalika berkurang, sehingga dalam membangun kepercayaan masyarakat terkait dengan pembangunan dan pengembangan KEK Mandalika, Pihak ITDC melakukan pendekatan dengan secara langsung turun ke masyarakat. Pihak ITDC secara langsung melakukan klarifikasi terkait dengan isu-isu yang tidak benar.

Selain itu, untuk membangun kepercayaan masyarakat terkait dengan ketenagakerjaan, maka pihak ITDC akan menjelaskan terkait dengan prosedur perekrutan kepada masyarakat, dengan memprioritaskan masyarakat desa-desa penyangga untuk bekerja di KEK Mandalika. Sehingga modal sosial yang berbentuk kepercayaan ini dibentuk dengan memberi jaminan bahwa pihak ITDC akan mengupayakan agar masyarakat desa penyangga akan diprioritaskan. Dalam membangun kepercayaan, keterbukaan menjadi poin penting untuk dilakukan agar indikator modal sosial berupa kepercayaan ini dapat terus bertumbuh dengan baik. Pernyataan tersebut juga didukung oleh hasil wawancara dengan Syukur selaku Kepala Desa Sukadana, yang dikutip sebagai berikut:

“Kepercayaan ini kan tergantung bagaimana ITDC menepati janji-janji mereka. Misalnya untuk tenaga kerja yang akan diprioritaskan itu kan dari desa-desa penyangga. Salah satunya desa kita ini. Memang dalam sosialisasi atau saat berkomunikasi bersama kami, ITDC mencoba membangun kepercayaan kami kalau KEK Mandalika ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Kami juga ingin keterbukaan aja, ngga muluk-muluk.” (Syukur, Wawancara, 21 Mei 2023).

b. Norma

Norma sosial dapat meningkatkan kerja sama dan pengertian antar masyarakat maupun pihak lain agar modal sosial dapat terbentuk dengan baik. Dalam

membangun norma sosial masyarakat, pihak ITDC tidak ada melarang untuk melakukan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh masyarakat. Dalam setiap event yang dilakukan di kawasan KEK Mandalika, masyarakat juga diminta menunjukkan beberapa kesenian untuk ditunjukkan kepada para wisatawan. Kendati KEK Mandalika merupakan kawasan wisata yang bertaraf internasional, tetapi kearifan lokal tidak bisa dihilangkan. Bahkan seharusnya harus ditunjukkan dan diperkenalkan ke mancanegara. Didit Didit Rahmadi, selaku staf divisi Corporate Communication ITDC, menjelaskan:

“Setiap desa di KEK Mandalika ini kan punya norma masing-masing. Ada aturan yang secara kolektif mereka pegang teguh. Tentu kami dari ITDC menghargai norma yang berlaku tersebut. Contohnya kita menghargai budaya-budaya yang ada di sana. Kami bahkan mendukung norma yang ada untuk tetap dilestarikan. Bagaimanapun itu menjadi daya tarik juga bagi para wisatawan.” (Rahmadi, Wawancara, 4 Agustus 2023)

Dapat dikatakan bahwa bentuk pesan yang disampaikan dalam menguatkan norma sosial yang ada, yaitu informatif dan persuasif. Hal ini tentu dilakukan agar masyarakat dapat percaya diri untuk terus mengekspos budaya, tradisi, norma, dan nilai-nilai yang terkandung di dalam kehidupan sosial masyarakat KEK Mandalika. Dalam konteks pengembangan modal sosial, ITDC memiliki peran yang penting untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa menjaga norma-norma dan nilai-nilai sosial yang berlaku di daerah setempat merupakan kekayaan daerah setempat.

c. Jejaringan Sosial

Dalam upaya untuk membentuk jejaringan sosial, pihak ITDC mencoba untuk merekrut para pekerja untuk bisnis yang ada di KEK Mandalika. Hal ini tentu menjadi salah satu upaya untuk memberdayakan masyarakat setempat. Selain itu, perekrutan ini juga dapat menjadi salah satu langkah untuk membuat setiap *stakeholder* yang ada di KEK Mandalika untuk saling berkolaborasi menyukseskan pengembangan wisata yang ada di sana. Sebagaimana yang diketahui, bahwa jejaringan sosial berguna untuk menyukseskan suatu kegiatan atau pergelaran. Oleh karena itu, dengan cara perekrutan pekerja, probabilitas terselenggaranya wacana pembangunan KEK semakin besar. Lebih lanjut terkait dengan jejaringan sosial, salah satu informan pendukung atas nama Eka Sinitia warga Desa Sukadana menjelaskan:

“Saya ingin pemuda-pemuda di sini selalu dilibatkan di tiap *event*. Sebetulnya saat *event* kemarin, ada yang diikutsertakan di bagian pembantu saat balap, ada *cleaning service* dan lain-lain, memang diprioritaskan pemuda di sini tapi harapan kita kedepannya tetap terus diprioritaskan.” (Sintia, Wawancara, 21 Mei 2023)

Dengan berkolaborasinya setiap *stakeholder* seperti pengembang, masyarakat, investor, dan pelaku bisnis, maka *event* yang dilaksanakan di KEK Mandalika dapat berjalan dengan baik. Jejaringan sosial yang dibangun ini merupakan langkah yang tepat dengan cara merekrut pekerja dari desa-desa penyangga. Lebih lanjut Kepala Desa Teruwai, M. Arta menjelaskan:

“Memang untuk menyukseskan pengembangan KEK ini pihak ITDC sering berdiskusi dengan kami, kami juga meminta agar para pekerja diambil dari desa-desa penyangga agar perekonomian masyarakat semakin berkembang juga. Nanti juga mereka akan bertemu dengan banyak orang yang membantu masyarakat berkembang.” (Arta, Wawancara, 21 Mei 2023)

Berdasarkan penjelasan dari M. Arta, pihak KEK Mandalika melakukan komunikasi yang intens bersama para kepala desa dan masyarakat yang berada di desa penyangga. Hal ini dilakukan agar masyarakat juga merasakan dampak ekonomi serta dampak sosial seperti bertemu dengan orang lain yang belum dikenal yang bisa saja memberi peluang baru bagi masyarakat desa penyangga. Upaya yang dilakukan ini tentu semata-mata demi tercapainya kesejahteraan bagi masyarakat desa penyangga. Dengan modal sosial yang terbentuk solid, maka pengembangan KEK Mandalika dapat berjalan dengan baik.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan komunikasi publik yang dilakukan oleh pihak Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) dalam mengembangkan modal sosial masyarakat di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, dapat disimpulkan bahwa komunikasi publik yang dilakukan oleh ITDC dalam mengembangkan modal sosial masyarakat tergantung dari konteks komunikasi dan dampak yang ditimbulkan dari suatu kejadian yang ingin dikomunikasikan. Dalam melakukan komunikasi publik kepada masyarakat, ITDC menggunakan 2 cara yaitu langsung dan tidak langsung. Komunikasi secara langsung dilakukan dengan cara sosialisasi atau bertemu langsung dengan masyarakat di desa. Hal ini dilakukan agar pesan terkait pembangunan KEK Mandalika dapat disampaikan secara langsung kepada masyarakat dan bertujuan untuk mengembangkan modal sosial masyarakat. Terkait dengan permasalahan yang bersifat krusial dan benar-benar mendesak terkait dengan pembangunan KEK Mandalika dan pengembangan modal sosial, ITDC melakukan komunikasi publik dengan cara konferensi pers. Dalam hal ini, pihak ITDC mengundang para awak media ke kantor ITDC untuk meliput pernyataan atau informasi yang ingin disampaikan oleh ITDC kepada khalayak.

Daftar Pustaka

Buku

- DeVito, J. A. (2015). *Human Communication: The Basic Course*. Pearson Higher Ed.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif..* Medan: Wal ashri Publishing
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Jakarta: Kencana
- Santoso, T. (2020). *Memahami modal sosial*. Surabaya: CV Saga Jawadwipa
- Syarif, S., & Yunus, F. M. (2013). *Metode Penelitian Sosial*. Banda Aceh: Ushuluddin Publishing.

Jurnal

- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2019). Peran sektor pariwisata pada pertumbuhan ekonomi Kabupaten/Kota di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39-55.
- Fathy, R. (2019). Modal sosial: Konsep, inklusivitas dan pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1-17.
- Syahra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1-22.

Syahriar, G. H., & Darwanto, D. (2015). Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Pariwisata (Kasus Daerah Obyek Wisata Colo Kabupaten Kudus). *Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah*, 10(2).

Website

Detiknews.com. (2022). ITDC Buka Suara Usai Warga Demo Minta Pekerjaan di Depan Sirkuit Mandalika. <https://news.detik.com/berita/d-5934150/itdc-buka-suara-usai-warga-demo-minta-pekerjaan-di-depan-sirkuit-mandalika>. Diakses 5 Februari 2023

Kemenparekraf.go.id. (2021). Mengenal 6 Kawasan Ekonomi Khusus Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Mengenal-6-Kawasan-Ekonomi-Khusus-Sektor-Pariwisata-dan-Ekonomi-Kreatif>. Diakses 5 Februari 2023