

## STRATEGI KOMUNIKASI MEMBANGUN KEMANDIRIAN ENERGI

Nuryanti

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jenderal Soedirman

*ry4nti\_nyun@yahoo.com*

### *Abstract*

*The independence of Indonesia as a nation that is rich in energy resources is still very alarming. Required concern of many parties, both from the government, private sector and society in general. The government is regarded as the most responsible for this, because the government has the greatest authority in policy making at the same time practical efforts to achieve energy independence. The most basic effort that should be done by the Government is to determine the most comprehensive communications strategy that aspires to build Indonesia became an independent state in the provision and management of energy can be achieved.*

**Keywords :** *independence, energy, government, communications strategy*

### **Pengantar**

Indonesia adalah salah satu negara anggota OPEC, organisasi minyak dunia yang bertugas menjaga ketersediaan dan harga minyak dunia. Namun, sungguh ironis justru disaat harga minyak dunia naik, Indonesia menjadi salah satu negara yang kalang kabut atau panik. Selain karena besarnya populasi penduduk dan infrastruktur yang bergantung pada BBM dan listrik, pemerintah juga mengalami salah perhitungan APBN sehingga keadaan ini memaksa pemangku kebijakan memutar otak keluar dari masalah ini.

Asumsi awal harga minyak dalam APBN hanya US\$ 90 per barel, tapi ternyata mencapai US\$ 120 per barel, akhirnya pemerintah mengambil kebijakan penyelamatan APBN dengan rencana menaikkan harga BBM bersubsidi dan pemberian Bantuan Langsung Sementara Masyarakat (BSLM) (Sofyan&Salim, 2012). Alih-alih keluar dari masalah, ternyata kebijakan menaikkan harga minyak bersubsidi yang diambil pemerintah justru menciptakan masalah baru.

Strategi menaikkan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) bersubsidi menjadi sangat tidak populis mengingat banyak warga miskin yang mencapai angka 27,1 jiwa (BPS,2011) tergantung pada BBM. Strategi yang memungkinkan, meskipun cukup berat adalah kemandirian energi. Ide ini bisa dikatakan bukan ide baru lagi karena sudah sejak lama didengung-dengungkan tapi belum sampai tahap realisasi. Isu kemandirian mencuat kembali bahkan pernah secara langsung disampaikan oleh Widjajono Partowidagdo, mantan wakil menteri ESDM yang meninggal beberapa tahun lalu (Suhendra, detikfinance). Setidaknya kesadaran dari pemerintah sudah terbaca oleh publik, sekarang tinggal bagaimana realisasinya.

Selain masalah BBM, Indonesia juga mengalami krisis energi listrik. Banyak pemadaman listrik yang terjadi dengan waktu yang tidak terduga-duga. Akibatnya banyak instansi dan industri yang bekerja dengan energi listrik mengalami kerugian. Peristiwa ini terjadi ternyata karena faktor kelangkaan persediaan batu bara sehingga terjadi defisit pasok daya listrik sampai 1000 MW. Alasan pemerintah lebih pada menutupi kenyataan dengan mengatakan bahwa pemadaman bergilir terjadi karena faktor cuaca. Padahal sebenarnya dikarenakan manajemen yang tidak

tepat sehingga terjadi pemborosan dan fakta bahwa ternyata pasokan batu bara Indonesia 70% sudah terikat kontrak ekspor ke negara lain.

Masih dengan kondisi mati listrik mendadak dan bergilir, ketidakberdayaan masyarakat semakin menjadi manakala pemerintah justru mengambil kebijakan menerapkan insentif dan disinsentif tarif listrik yang ujung-ujungnya tidak menjawab persoalan. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut diatas, tulisan ini mencoba memberikan alternatif strategi komunikasi untuk kemandirian energi di Indonesia. Hal-hal yang ditulis terkait dengan masalah apa saja yang menjadi kendala sekaligus solusi yang bisa diterapkan pemerintah dan masyarakat terkait dengan upaya kemandirian energi. Pada bagian akhir akan coba diformulasikan strategi komunikasi yang tepat untuk menuju kemandirian energi di Indonesia ini.

### **Krisis Energi**

Sumber energi dari bahan dasar fosil memang telah diramalkan akan habis sebelum terbentuk kembali, mengingat pembentukannya yang memerlukan waktu berjuta-juta tahun. Menurut hipotesis Marion King Hubarts dalam Sofyan&Salim (2012), produksi minyak bumi akan mencapai titik klimaks dan menghadapi penurunan pasokan

energi. Hubarts memprediksi dunia akan mengalami puncak produksi BBM pada tahun 2010-2020, namun pada tahun 2050 menurun menjadi 50 persen dan di tahun 2100 akan tinggal 20 persen. Hal ini secara global akan mengakibatkan krisis energi, termasuk Indonesia juga akan mengalami.

Kelangkaan sumber energi dengan tetap bahkan bertambahnya kebutuhan energi oleh masyarakat menjadi ancaman krisis energi yang cukup serius. Pemerintah dan masyarakat Indonesia bahkan dunia harus lebih hemat dalam penggunaan sumber energi dari bahan fosil ini dan harus bersiap dengan energi alternatif sehingga kehidupan tetap berjalan normal. Beberapa negara yang sudah menerapkan diversifikasi energi karena krisis energi ini adalah Norwegia dengan memanfaatkan angin dan gelombang laut, Amerika dengan *biofuel*, atau Perancis dengan penggunaan energi nuklir (Munawir, 2008). Indonesia dengan segenap kekayaan alamnya, seharusnya bisa menjadi negara yang kaya akan energi alternatif ini.

### **Kemandirian Energi : Kendala dan Solusi**

Beberapa kendala yang dihadapi Indonesia dalam rangka menuju kemandirian energi berasal dari rendahnya komitmen pemerintah sehingga menyebabkan rendah pula keinginan masyarakat. Pembangunan kilang-kilang minyak dalam negeri masih

sangat lamban dilakukan oleh pemerintah. Sehingga infrastruktur bidang energi yang lemah ini menyebabkan makin meningkatnya impor minyak Indonesia. Infrastruktur transportasi penyaluran BBM pun juga masih banyak yang memprihatinkan, sehingga penyaluran BBM menjadi boros. Solusi yang paling tepat memang harus berawal dari pemerintah, dengan lebih serius memperhatikan masalah pembangunan infrastruktur yang mendukung kemandirian energi yang diturunkan dalam RUU APBN (amindoni@mediaindonesia.com).

Selain itu, upaya mewujudkan kemandirian energi dan mengurangi ketergantungan pada energi minyak tanah memang memerlukan biaya dan tenaga yang cukup besar. Banyak penelitian yang harus dilakukan, sehingga segala potensi SDA Indonesia banyak yang bisa diolah menjadi energi alternatif. Langkah konkrit yang dapat dilakukan Pemerintah adalah dengan memberikan perhatian serius (anggaran yang cukup) untuk peneliti-peneliti di Indonesia. Dengan beragamnya penelitian tentang energi alternatif ini, diharapkan akan muncul banyak pilihan energi yang bisa dipakai jangka panjang.

Selain energi minyak, batu bara dan gas alam juga perlu dikhawatirkan ketersediannya. Pasokan batu bara perlu ditingkatkan sehingga

energi yang digunakan untuk mendukung energi listrik dapat digunakan ketika terjadi kelangkaan. Seringnya terjadi kebocoran menyebabkan penurunan daya listrik. Sehingga jika kebocoran ini bisa dicegah, maka akan terjadi efisiensi penyaluran listrik. Dan yang paling penting adalah kampanye hemat listrik harus terus digencarkan kepada masyarakat tidak hanya pada saat terjadi kelangkaan listrik tapi sepanjang tahun (Kerong, 2008).

Pemberdayaan masyarakat untuk berhemat energi dan menyiapkan energi alternatif juga menjadi salah satu solusi. Agen-agen perubah yang bekerja untuk masyarakat, terutama yang ahli di bidang energi perlu diterjunkan semasiv mungkin. Seperti yang sudah dilakukan mahasiswa IPB pada tahun 2008 yang memberikan training pengolahan briket biomassa dari bahan-bahan alami yang ada disekitar desa Babakan, Tenjo, Bogor untuk kemudian dimanfaatkan sebagai sumber energi alternatif pengganti energi tambang.

Dari Dirjen Kementerian ESDM sendiri menyebutkan mereka mempunyai enam langkah atau upaya untuk mencapai kemandirian energi. Keenam upaya itu adalah meningkatkan eksplorasi dan produksi migas, meningkatkan kapasitas dan infrastruktur migas, mengembangkan migas *unconventional*, mendorong harga minyak bumi kearah ekonomian, konservasi dan

pengolahan migas berdasarkan prinsip berkelanjutan, dan menginfestasikan wilayah kerja migas baru. Langkah menuju kemandirian ini menjadi tekad kementerian ESDM yang harus dibuktikan kepada masyarakat.

Dari beberapa kendala dan solusi diatas dapat ditegaskan sebenarnya pemerintah sudah sangat tahu informasi ini dan yang dibutuhkan sekarang bukan sekedar wacana. Perlu langkah konkret dari Pemerintah untuk melaksanakan tiga pilar utama kebijakan energi, yaitu diversifikasi, intensifikasi dan konservasi (Rakhmanto, 2008)

### **Strategi Komunikasi**

Berbagai persoalan energi di atas memerlukan penyelesaian secara menyeluruh yang melibatkan banyak pihak. Hal ini tidak bisa dilepaskan dengan komunikasi terutama komunikasi pembangunan. Menurut Wilbur Schramm ( dalam Effendy,1987) komunikasi adalah jembatan yang bisa menyampaikan pendidikan dan informasi atau pesan solusi kepada sasaran dari pembuat kebijakan. Namun, komunikasi saja tidak cukup untuk bisa menjawab semua tantangan diatas. Komunikasi memerlukan strategi agar tepat sasaran dan tepat guna.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai

tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dengan demikian strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi.

Setiap strategi dalam bidang apa pun harus didukung oleh teori, demikian juga dalam strategi komunikasi. Teori merupakan pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman yang telah diuji kebenarannya. Untuk strategi komunikasi, teori yang barangkali tepat untuk dijadikan sebagai "pisau analisis" adalah paradigma yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell (dalam Sitompul,2002).

Definisi strategi komunikasi merujuk pada definisi yang dilontarkan oleh Laswell yang mencakup *who? says what? in which channel ?to whom? with what effect?* (Rangkuti, 2009). Sehingga strategi komunikasi memerlukan analisis faktor mencakup siapa pelaksana kebijakan, kebijakannya berupa apa, dengan saluran yang

mana, kebijakan ini ditujukan untuk siapa, dan apa yang diinginkan atau perubahan apa yang diharapkan dari kebijakan ini. Mengenai perubahan yang diinginkan atau efek ini diperlukan telaah lebih jauh lagi mengenai *when, how, why*. Yaitu terkait dengan kapan dilaksanakannya, bagaimana melaksanakannya, dan mengapa dilaksanakan demikian.

Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Dalam hal ini ada beberapa aspek yang harus diperhatikan. Para ahli komunikasi cenderung sependapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan yang disebut *A-A Procedure* atau *from Attention to Action Procedure*. *AA Procedure* adalah penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat *AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action)*(Sitompul,2002). Jadi efek komunikasi yang diharapkan ditempuh dengan membangkitkan perhatian dulu, kemudian berupaya menumbuhkan minat. Minat yang sudah ada harus ditingkatkan levelnya menjadi hasrat, baru kemudian menimbulkan keputusan untuk melakukan tindakan.

Efek komunikasi diatas akan dapat dicapai jika ada kredibilitas dan kejujuran dari komunikator atau pembuat kebijakan. Untuk masalah strategi komunikasi dalam hal kemandirian energi, pihak yang bertanggung

jawab adalah Pemerintah. Kredibilitas pemerintah dalam hal ini terkait dengan komitmen dan ketepatan mengambil keputusan strategis akan mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat. Transparansi setiap kebijakan yang diambil juga menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kepercayaan masyarakat. Jika masyarakat sudah percaya, maka akan mudah untuk menggerakkan mereka bertindak sesuai dengan pesan pemerintah.

Pengemasan pesan yang tepat dalam strategi komunikasi adalah penentu keberhasilan setelah komunikator yang kredibel. Menurut Wilbur Schramm (dalam Effendy, 1987) mengatakan bahwa agar komunikasi yang dilancarkan dapat lebih efektif, maka pesan yang disampaikan harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran dimaksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.

4. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok di mana sasaran berada pada saat ia gerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki. Setelah faktor-faktor dalam proses komunikasi di atas, hal yang perlu diperhatikan adalah apa karakteristik dari strategi itu sendiri. Ketika berbicara strategi berarti ada beberapa unsur yang harus dipenuhi. Yaitu visi jangka panjang, membangun aliansi atau jaringan, pendekatan untuk meraih tujuan dan langkah-langkah nyata, ada setting prioritas, dilakukan step by step sesuai dengan logika, dan yang terakhir adalah manajemen aktivitas, biaya dan sumber daya manusia secara sistematis. Keenam unsur inilah yang menjadi patokan apakah suatu rencana ataupun kebijakan itu dikatakan strategis atau tidak.

### **Langkah Strategi Komunikasi**

Konsep tentang strategi komunikasi diatas perlu untuk diturunkan menjadi langkah-langkah strategis. Sehingga kemandirian energi di Indonesia dapat benar-benar menjadi kenyataan bukan hanya sekedar wacana. Dari buku panduan kementerian ekonomi Jerman (Oepen, 2006) dijelaskan bahwa ada sepuluh langkah strategi komunikasi dalam

pembangunan. Selanjutnya penulis akan menguraikannya menjadi strategi komunikasi dalam membangun kemandirian energi.

Langkah *pertama* adalah analisis situasi. Yaitu mencoba mengidentifikasi masalah secara jelas. Situasi yang dianalisa mencakup lingkungan dan sumber daya alam apa saja yang dapat digunakan sebagai bahan baku energi alternatif. Masalah dalam kemandirian energi muncul dari sisi pemerintah dan sisi masyarakat. dari sisi pemerintah terkait dengan komitmen dan pemikiran yang matang tentang implementasi kebijakan, sedangkan dari masyarakat lebih pada kesiapan menerima hal baru (energi alternatif) serta membudayakan hemat energi mulai diri sendiri dan saat sekarang.

*Kedua*, analisis khalayak dan tingkat KAP (*Knowledge, Attitude, Practice*). Analisis ini menggunakan pendekatan PRA (*Participatory Rapid Appraisal* ). Masing-masing khalayak mempunyai tingkat pengetahuan dan ketrampilan yang berbeda, karenanya strategi yang digunakan pada masing-masing khalayak juga tidak sama.

*Ketiga*, tujuan komunikasi yaitu tujuan terukur yang ingin dicapai dengan strategi yang digunakan. Dalam hal ini tujuan komunikasi lebih ditekankan untuk memberi informasi sekaligus merubah sikap dan

perilaku masyarakat terkait dengan kesadaran berhemat energi dan beralih pada sumber energi baru yang lebih ramah lingkungan. Selain itu tujuan juga harus seimbang dan menyeluruh, artinya sesuai dengan kemampuan dan mencakup seluruh aspek.

*Keempat*, desain strategi yaitu kegiatan yang dimulai dengan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Masing-masing strategi yang diambil dalam upaya kemandirian energi harus dimulai dengan perencanaan yang matang, dilaksanakan oleh pihak dan waktu yang tepat, serta di evaluasi apakah efektif dan efisien.

*Kelima*, partisipasi dari kelompok strategis. Tahap ini memerlukan keterlibatan langsung pihak-pihak yang terkait dan kompeten di bidang energy. Pihak-pihak tersebut meliputi Pemerintah dari segala jenjang dan tokoh-tokoh kunci masyarakat.

*Keenam* pemilihan media dan bagaimana menggabungkan media yang digunakan. Media bisa berupa cetak, elektronik dan internet. Pemerintah sebagai pihak yang bertanggung jawab hendaknya semaksimal mungkin menginformasikan pentingnya energi baru dan bagaimana cara mengolah bahan baku alam menjadi sumber energy alternatif.

*Ketujuh*, desain pesan. Unsur yang harus ada dalam pesan yang efektif adalah

seperti yang diungkapkan oleh Wilbur schramm, yaitu menarik, menggunakan simbol yang sama, menimbulkan kebutuhan dan sekaligus pesan berisi solusi dari kebutuhan yang timbul. Kebanyakan pesan dari pemerintah saat ini tentang energy lebih menekankan pada penggunaan secara teknis tapi belum sampai pada tahap inovatif menciptakan energi. Untuk membangun kemandirian energi pemerintah sudah harus berpikir bagaimana mengemas pesan yang baik sehingga masyarakat mau dengan sukarela mendukung gerakan kemandirian energi ini.

*Kedelapan dan kesembilan*, produksi media sekaligus menggunakan media yang dipilih. Setelah pemilihan media dan desain pesan langkah selanjutnya adalah eksekusi dengan memanfaatkan media yang tepat.

*Kesepuluh*, monitoring, evaluasi dan dokumentasi. Strategi komunikasi yang diambil mulai dari analisis situasi sampai dengan eksekusi media memerlukan pengawasan dan evaluasi serta dokumentasi. Hal ini dimaksudkan agar setiap strategi yang diambil dapat diubah jika tidak tepat tujuan dan sasaran dan akan mudah untuk diperbaiki jika ada kesalahan dalam setiap langkahnya.

Tahapan strategi komunikasi diatas secara umum telah disepakati sebagai strategi yang komprehensif. Jika pemerintah Indonesia selaku pemangku kebijakan mampu dan mau

menerapkan langkah-langkah diatas, maka kemandirian energi bukan hanya wacana, tapi menjadi proyek besar bangsa ini yang melibatkan seluruh elemen bangsa.

### **Penutup**

Keseriusan pemerintah Indonesia untuk membangun kemandirian energi adalah bagian dari upaya untuk menyelamatkan bangsa dan dunia. Krisis energi yang melanda masyarakat dunia menuntut semua bangsa untuk bersiap dengan energi alternatif yang cepat saji dan ramah lingkungan. Karenanya diperlukan strategi komunikasi yang efektif untuk mewujudkannya, dimana ada sepuluh tahapan yang harus ditempuh. Mulai dari (1) analisis situasi, (2) analisis khalayak dan tingkat KAP, (3) tujuan komunikasi, (4) desain strategi, (5) partisipasi dari kelompok strategis, (6) pemelihan media, (7) desain pesan, (8) produksi media, (9) penggunaan media dan yang terakhir, (10) monitoring, evaluasi dan dokumentasi



### DAFTAR PUSTAKA

- Amindoni, Ayoumi. 2011. *Subsidi BBM Ganjal Kemandirian Energi*. Tersedia dalam [amindoni@mediaindonesia.com](mailto:amindoni@mediaindonesia.com)
- Effendy, Onong Uchjana, 1987. *Komunikasi dan Modernisasi*, Alumni : Bandung.
- Fibrian, DC,dkk. 2008. *Kemandirian Energi Masyarakat Desa Babakan dengan Briket Biomassa Sebagai Alternative Pengganti Bahan Bakar Tambang*. Bogor : IPB.
- Gudykunts, W.B & Bella Mody..2002. *International and Intercultural Communication, Second Edition*. USA : Sage Publication.
- Kementrian ESDM. 2011. Enam Upaya Indonesia Mencapai Kemandirian Energi. Tersedia dalam <http://www.esdm.go.id/berita/migas/40-migas/4524-enam-upaya-indonesia-mencapai-kemandirian-energi.html> pada 29 Mei 2012
- Kerong,C.I. 2008. *Krisis Energi, Ironi Sangat Besar Bagi Indonesia*. Harian Bisnis Indonesia, 27 Februari 2008 Tersedia dalam <http://korantempo.com/korantempo/2008/03/27/opinion/krn.20080327.52.id.html> pada 29 Mei 2012
- Munawir, Wahyudin. 2008. *Menuju Kemandirian Energi*. Koran Tempo, 27 maret 2008 Tersedia dalam <http://korantempo.com/korantempo/2008/03/27/opinion/krn.20080327.52.id.html> pada 29 Mei 2009
- Oepen, Manfred. 2006. *Strategic Communication For Sustainable Development, a conceptual overview*. Schneller Druck, Reutlingen Tersedia dalam <http://www.cbd.int/cepa/toolkit/2008/doc/strategic%20communication%20for%20sustainable%20development.pdf> pada 29 Mei 2012
- Rakhmanto, P.A. 2008. *Krisis Energi dan Sikap Pemerintah*. Harian Bisnis Indonesia 25 Februari 2008. Tersedia dalam [http://www.bisnis.com/servlet/page?\\_pageid=127&dad=portal130&scheme=PORTAL](http://www.bisnis.com/servlet/page?_pageid=127&dad=portal130&scheme=PORTAL) pada 29 Mei 2012
- Rangkuti, P.A, 2009. *Strategi Komunikasi Membangun Kemandirian Pangan*. Jurnal Litbang

Pertanian ,28 (2), 2009 Tersedia dalam <http://www.pustaka.litbang.deptan.go.id/publikasi/p3282091.pdf> pada 29 Mei 2012

Sitompul, Mukti. 2002. *Konsep-konsep Komunikasi Pembangunan. digitized by USU digital library* Tersedia dalam <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/3778/1/komunikasi-mukti.pdf> pada 29 Mei 2012

Sofyan, Ahmad & Salim, Zamroni. 2012. *Kemandirian Energi dan Kesejahteraan Rakyat*. Jurnal Nasional, 29 maret 2012 /humas ristek

Suhendra. 2012. *Kisah widjajono, Kemandirian Energi Versus Mafia Impor Minyak*. detikfinance. 24 april 2012