

STRATEGI KOMUNIKASI BALAI BESAR PELAKSANAAN JALAN NASIONAL II DALAM PEMBEBASAN LAHAN MASYARAKAT MUSLIM UNTUK PEMBANGUNAN *UNDERPASS* DI JALAN BRIGJEN KATAMSO MEDAN

Ahmad Tamrin Sikumbang¹, Anang Anas Azhar², Irfan³

^{1,2}Dosen Pascasarjana UIN Sumatera Utara

³Mahasiswa Pascasarjana UIN Sumatera Utara Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menjelaskan strategi komunikasi dan hambatan komunikasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II dalam pembebasan lahan masyarakat muslim untuk pembangunan Underpass Katamso Medan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini dilihat dari sisi internal dan eksternal yaitu sebagai berikut: Internal, *pertama*, komunikasi pemetaan luas lahan dan ganti rugi oleh tim negosiasi di lapangan agar dapat mengetahui lahan-lahan masyarakat yang akan dibebaskan, *kedua*, sosialisasi terkait pembelian lahan dan ganti rugi bangunan masyarakat. Eksternal, *pertama*, penyampaian pesan yang santun kepada pemilik lahan dan bangunan, *kedua*, memberikan kebebasan kepada pemilik lahan dan bangunan untuk menyampaikan aspirasi. Hambatan yang dihadapi meliputi: *Pertama*, penduduk secara kejiwaan belum siap menerima lahan mereka dibebaskan untuk pembangunan jalan Underpass, *kedua*, Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan belum mampu membayar seluruh ganti rugi lahan dan bangunan masyarakat muslim untuk dibebaskan lahan masyarakat. Solusinya ialah memperkuat komunikasi agar mampu menyadarkan masyarakat muslim betapa pentingnya pembangunan jalan Underpass di Jalan Brigjen Katamso Medan, menyediakan dana segera untuk mengganti lahan dan bangunan masyarakat muslim.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi BBPJJN II, Pembebasan Lahan, Masyarakat Muslim.*

Pendahuluan

Komunikasi pembangunan merupakan pendekatan alternatif untuk meningkatkan kesejahteraan manusia yang dikenal dengan istilah *pembangunan sosial*. Pembangunan sosial ciri utamanya adalah berusaha untuk menyelaraskan antara kebijakan sosial dengan tujuan pembangunan peningkatan ekonomi. Pembangunan sosial berupaya melakukan pendekatan utuh (*macro perspektif*) yang memfokuskan pada masyarakat, terutama pada perencanaan intervensi dengan suatu pendekatan perubahan yang dinamis terencana, umum, yang kesemuanya itu menuju keselarasan antara intervensi sosial dengan upaya pembangunan ekonomi. Pendekatan pembangunan sosial merupakan suatu pendekatan yang unik yang mengintegrasikan tujuan ekonomi dan sosial. Hal-hal demikian tidak disadari yang pembangunan ekonomi hanya ingin

mencapai taraf kehidupan yang lebih tinggi, tetapi sesungguhnya akan mengabaikan tujuan pembangunan sosial. Itulah sebabnya pembangunan sosial dirumuskan kembali di dalam kesempatan ini yang merupakan proses peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan proses pembangunan yang dinamis. Proses penyebaran pesan komunikasi pembangunan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah, yang dalam keselarasannya dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat. Suatu wilayah yang luas untuk menemukan pendekatan dari seseorang kepada khalayak dari berbagai ideologi dengan pendekatan metodologis, dengan menggarisbawahi pentingnya penekanan interaktif dan proses partisipasi untuk perluasan informasi dari masyarakat yang sedang berproses. Charles Berger menjelaskan proses yang dilalui individu dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka, kajian dari perencanaan merupakan hiasan dari ilmu kognitif.

Permasalahan paling dominan pada pengembangan komunikasi jalan di Kota Medan khususnya Underpass di Jalan Brigjen Katamsi Medan adalah permasalahan pelepasan lahan. Permasalahan pelepasan lahan yang dilakukan dengan pembebasan lahan tersebut pada gilirannya secara signifikan berdampak pada pembiayaan pembangunan jalan, jadwal pekerjaan dan disain fisik jalan. dalam kasus ini pembebasan lahan dilakukan dengan pendekatan humanis, tidak menggunakan kekerasan namun tentu ada saja pro dan kontra yang terjadi di masyarakat muslim, kontra tersebut terjadi karena masyarakat muslim enggan untuk melepaskan lahan mereka kepada pemerintah padahal sesungguhnya dengan mereka melepaskan lahan mereka sangat membantu pemerintah pusat dalam rangka mempercepat pembangunan nasional demi kepentingan publik. Pelaksanaan komunikasi pembebasan lahan yang dilakukan oleh pihak balai berjalan alot sehingga pembebasan lahan terhambat. Masalah yang muncul sehingga sosialisasi dan komunikasi negosiasi pembebasan lahan berjalan alot penyebabnya adalah sebagai berikut *Pertama*. Kurangnya dukungan pemerintah dalam mensosialisasikan proyek/investasi di daerahnya. hal ini dirasakan karena persepsi yang bertolak belakang antara pemilik lahan dengan pemerintah. *Kedua*. Persepsi yang tinggi dari masyarakat dan khususnya pemilik tanah terhadap harga tanah yang akan dibeli oleh lembaga negara dinilai masyarakat begitu murah sehingga masyarakat enggan untuk melepaskan lahannya. *Ketiga*. Adanya kekhawatiran yang besar oleh sebahagian besar pemilik lahan bahwa proses pembebasan lahan yang ditawarkan instansi tidak transparan, tidak langsung (tanpa perantara), intimidatif. lebih lanjut kekhawatiran itu semakin besar. *Keempat*. Adanya kekhawatiran pemilik lahan/masyarakat terhadap dampak lingkungan terhadap suatu proyek dan lebih lanjut kekhawatiran tersebut dipengaruhi oleh pihak ketiga yang memprovokasi.

Kepentingan/kecemburuan pribadi atau kelompok-kelompok tertentu. *Kelima*. Faktor perbedaan gaya bahasa menjadi salah satu tantangan dalam proses pembebasan lahan khususnya pada tahap negosiasi antara pemilik lahan dengan pemerintah. *Keenam*. Lahan tersebut merupakan lokasi masyarakat untuk mencari pendapatan kehidupan masyarakat untuk menafkahkan keluarga mereka sebab lahan tersebut merupakan lahan masyarakat untuk berdagang. Berangkat dari berbagai kompleksnya permasalahan yang terjadi, peneliti tertarik melihat permasalahan tersebut sehingga peneliti menuangkannya dalam sebuah penulisan karya ilmiah dengan judul Strategi Komunikasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Dalam Pembebasan Lahan Masyarakat Muslim Untuk Pembangunan Underpass di Katamsi Medan.

Landasan Teoretis

A. Konsep Dan Strategi Komunikasi

Kata komunikasi atau istilah komunikasi dari bahasa inggris "*cominication*", secara etimologi atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatu*, dan perkataan ini bersumber pada kata "*communis*" dalam kata *communis* ini memiliki makna 'berbagi' atau 'menjadi milik bersama' yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Dengan demikian

komunikasi adalah komunitas “*community*” yang juga menekankan kesamaan dan kebersamaan. Kata ini merujuk kepada sekelompok orang berkumpul dan hidup bersama untuk mencapai tujuan sebagai proses pembagiaan makna dan sikap.¹

Ada beberapa defenisi strategi menurut beberapa pakar, menurut Arifin² strategi adalah *pertama*, ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai; *kedua*, ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk meghadapi musuh dalam perang; *ketiga*, rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, dan; *keempat*, tempat yang baik menurut siasat perang.

Pada penelitian ini, istilah strategi yang digunakan adalah strategi pada poin tiga, yaitu: rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Dengan demikian dapat kita ketahui strategi komunikasi sesungguhnya adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Menurut Rogers dalam Drajat,³ memberikan batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk merubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Strategi dalam Penentuan Tujuan Komunikasi

Syukur Kholil dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Islam mengatakan tujuan komunikasi Islam memberikan kabar gembira dan ancaman, mengajak kepada yang ma’ruf dan mencegah kemungkaran, memeberikan perigatan kepada yang lalai, menesehati dan menegur. Dalam hal ini komunikasi Islam senantiasa merubah perlakuan buruk individu atau khalayak sasaran kepada perlakuan baik.⁴

Dalam penentuan tujuan komunikasi seorang pengelola diperlukan menyusun perencanaan yang baik sehingga pesan yang disampaikan kepada khalayak tidak menjadi kendala atau hambatan pada waktu pelaksanaan kegiatan dilakukan.⁵ Pada saat menentukan tujuan komunikasi pengelola perlu melibatkan bawahan untuk mengali informasi dan menyamak persepsi dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat agar rela melepaskan sebahagian lahannya untuk pembangunan Underpass. Strategi berdasarkan media, para komunikator yang menggunakan strategi ini biasanya melaporkan kegiatan mereka disekitar medium tertentu yang mereka sukai. Strategi ini merupakan teknik yang paling mudah, paling populer, dan tentunya yang paling kurang efektif. Strategi media di sini paling tipikal memulai rencananya dengan mempertanyakan: “Apa yang dapat saya lakukan dengan menggunakan radio?” bagaimana caranya agar saya dapat menggunakan televisi untuk menyampaikan pesan saya?

Keuntungan berkomunikasi dengan menggunakan media massa sebagai alat atau saluran, baik berbentuk media cetak maupun media elektronik, (seperti saluran stasiun televisi atau radio, dan surat kabar harian, majalah berita atau hiburan lainnya yakni melalui pemberitaan atau pesan-pesan dan informasi yang disampaikan itu dapat menimbulkan pengaruh “efek keserempakan” (*simultaneity effect*) dan “efek wah” (*demonstration effect*) yang luar biasa di masyarakat. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Sebagai contoh, pesan melalui media tulisan atau cetakan dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Pesan melalui media aural dapat didengarkan pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk mengindra hal-hal lain, umpamanya mendengarkan berita radio ketika sedang mengemudi mobil. Pesan melalui media audio visual dapat ditangkap secara lengkap, dapat dilihat dan didengarkan.⁶

B. Teori Difusi Inovasi

Difusi adalah proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara para anggota suatu sistem sosial. Sedangkan inovasi adalah suatu ide, praktek, atau objek yang dianggap sesuatu yang baru oleh seseorang.⁷

Difusi yaitu proses penyebaran suatu gagasan atau praktik baru, secara terus menerus, melalui saluran-saluran tertentu, melalui struktur sosial seperti di suatu lingkungan masyarakat, pabrik atau suatu suku tertentu. Rogers mengatakan dari pengertian di atas dapat diketahui ada empat elemen dalam hal ini yaitu: inovasi, dikomunikasikan melalui saluran tertentu, dalam waktu tertentu, dan kepada anggota suatu sistem sosial.

Dari definisi tersebut di atas dapat dilihat bahwasanya difusi dan inovasi merupakan suatu hal yang dapat menerangkan realitas yang terjadi di masyarakat dan difusi inovasi memberikan gambaran bahwasannya pembaharuan itu masih diperlukan di kalangan masyarakat, merubah kebiasaan yang lama kepada kebiasaan yang baru sehingga nantinya mampu meningkatkan taraf hidup manusia.⁸

Suatu inovasi biasanya terdiri dari dua komponen, yakni komponen ide dan komponen objek (aspek material atau produk fisik dari ide tadi), setiap inovasi memiliki komponen ide, namun banyak juga yang tidak mempunyai rujukan fisik. Penerimaan terhadap suatu inovasi yang memiliki kedua komponen tersebut memerlukan adopsi yang berupa tindakan (*action*). Sedangkan untuk inovasi yang hanya mempunyai komponen ide, penerimaannya pada hakikatnya merupakan putusan simbolik. Dalam pandangan masyarakat yang menjadi klien dalam penyebarserapan inovasi, ada lima atribut yang menandai setiap gagasan atau cara-cara baru yang dimaksud, yaitu:

- 1) Keuntungan-keuntungan relative (*relative advantages*); yaitu apakah cara-cara atau gagasan-gagasan baru ini memberikan sesuatu keuntungan relatif bagi mereka yang kelak menerimanya.
- 2) Keserasian (*Compatibility*); yaitu apakah inovasi yang hendak didifusikan itu serasi dengan nilai-nilai sistem kepercayaan, gagasan yang lebih dahulu diperkenalkan sebelumnya, kebutuhan, selera, adat-istiadat, dan sebagainya dari masyarakat yang bersangkutan.
- 3) Kerumitan (*complexity*); yakni apakah inovasi tersebut dirasakan rumit. Pada umumnya masyarakat tidak atau kurang berminat pada hal-hal yang rumit, sebab selain sukar untuk dipahami juga cenderung dirasakan merupakan tambahan beban yang baru.
- 4) Dapat dicobakan (*trialability*); yaitu bahwa suatu inovasi akan lebih cepat diterima, bila dapat dicobakan dulu dalam ukuran kecil sebelum orang terlanjur menerimanya secara menyeluruh.
- 5) Dapat dilihat (*observability*); jika suatu inovasi dapat disaksikan dengan mata, dapat terlihat langsung hasilnya, maka orang akan lebih mudah untuk mempertimbangkan untuk menerimanya, ketimbang bila inovasi itu berupa sesuatu yang abstrak, yang hanya dapat diwujudkan dalam pikiran atau hanya dapat dibayangkan.

Rogers menyebutkan ada lima tahap dalam proses difusi inovasi ini yaitu, 1) Pengetahuan, 2) persuasi, 3) keputusan, 4) implementasi, 5) konfirmasi.

Mengacu pada penjelasan tersebut, teori ini mencakup sejumlah gagasan mengenai proses difusi inovasi sebagai berikut: *Pertama*, teori ini membedakan tiga tahapan utama dari keseluruhan proses ke dalam tahapan *anteseden*, *proses*, dan *konsekuensi*. Tahapan yang pertama mengacu kepada situasi atau karakteristik dari orang yang terlibat yang memungkinkan untuk diterpa informasi tentang suatu inovasi dan relevansi informasi tersebut terhadap kebutuhan-kebutuhannya. *Kedua*, perlu dipisahkan fungsi-fungsi yang berbeda dari 'pengetahuan', 'persuasi', 'keputusan', dan 'konfirmasi', yang biasanya terjadi dalam tahapan proses, meskipun tahapan tersebut tidak harus selesai sepenuhnya/lengkap. *Ketiga*, difusi inovasi biasanya melibatkan berbagai sumber komunikasi yang berbeda (media massa, advertensi atau promosi, penyuluhan, dan kontak-kontak sosial yang informal) dan efektivitas sumber-sumber tersebut akan berbeda pada tiap tahap, serta untuk fungsi yang berbeda pula. *Keempat*, teori ini melihat adanya 'variabel-variabel penerima' yang berfungsi pada tahap pertama (pengetahuan), karena diperolehnya pengetahuan akan dipengaruhi oleh kepribadian atau karakteristik sosial.

C. Teori Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal Communication Teory*)

Komunikasi tatap muka disebut juga dengan komunikasi antarpribadi (interpersonal) yang berlangsung secara dialogis antara satu orang komunikator dengan satu atau dua orang komunikan.⁹ Menurut Joseph A. Devito komunikasi interpersonal mendefinisikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan – pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang–orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.¹⁰

Selanjutnya Deddy Mulyana¹¹ menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal berarti komunikasi antara orang–orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi yang lain secara langsung baik secara verbal maupun non verbal. Ia menjelaskan bentuk khusus dari komunikasi interpersonal adalah komunikasi diadik yang melibatkan dua orang. Komunikasi demikian menunjukkan pihak–pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat, mereka saling mengirim dan menerima pesan baik verbal maupun non verbal secara simultan dan spontan.¹² Dari beberapa defenisi diatas, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikaasi *verbal* dan non *verbal* antara dua orang atau sekelompok kecil orang secara langsung (tatap muka) disertai respon yang dapat segera diketahui (*instant feedback*).

1) Komponen–Komponen Komunikasi Interpersonal

Berikut ini merupakan komponen–komponen yang berperan dalam komunikasi interpersonal:

- a. Komunikator/Sumber/Pengirim Pesan (*Communicator/Source/Sender*). Dalam proses komunikasi, yang menjadi sumber komunikasi adalah *sender* atau pengirim pesan. Komunikator adalah seseorang yang mengirimkan pesan.
- b. Pesan (*Message*). Pesan adalah informasi yang akan kita kirimkan kepada komunike/penerima pesan/khalayak sasaran. Pesan yang kita kirimkan dapat berupa pesan-pesan verbal maupun pesan *nonverbal*.
- c. Mengambil Pesan (*Encoding*). *Encoding* adalah proses mengambil pesan dan mengirim pesan ke dalam sebuah bentuk yang dapat dibagi dengan pihak lain.
- d. Media atau Saluran Komunikasi (*Channel*). Media atau saluran komunikasi adalah media atau berbagai media yang kita gunakan untuk mengirimkan pesan. Yang termasuk ke dalam media atau saluran komunikasi adalah kata-kata yang diucapkan, kata-kata yang tercetak, media elektronik, atau petunjuk nonverbal.
- e. *Decoding*. *Decoding* terjadi ketika komunike/ penerima pesan/khalayak sasaran menerima pesan yang telah dikirimkan.
- f. Komunike/Penerima pesan (*Communicatee/Receiver*). Komunikasi tidak akan terjadi tanpa kehadiran komunikan/penerima pesan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil manakala komunikan/penerima pesan/ menerima pesan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator .
- g. Umpan Balik (*Feedback*). Apapun media atau saluran komunikasi yang digunakan untuk mengirimkan pesan, kita dapat menggunakan umpan balik untuk membantu kita menentukan sukses tidaknya komunikasi yang kita lakukan.
- h. Konteks (*Context*). Yang dimaksud dengan konteks dalam proses komunikasi adalah situasi dimana kita melakukan komunikasi.
- i. Gangguan (*Noise*). Dalam proses komunikasi, gangguan atau interferensi dalam proses *en-code* atau *decode* dapat mengurangi kejelasan komunikasi.
- j. Efek (*Effect*). Yang dimaksud dengan efek dalam proses komunikasi adalah pengaruh atau dampak yang ditimbulkan komunikasi yang dapat berupa sikap atau tingkah laku komunike/penerima pesan.

2) Ciri – Ciri Komunikasi Interpersonal

Berikut ini merupakan ciri–ciri komunikasi interpersonal, a) Arus pesan dua arah, b) Suasana nonformal, c) Umpan balik segera, d) Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat, d) Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Sementara itu Judy C. Pearson menyebutkan enam karakteristik komunikasi interpersonal, yaitu: a) Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi (*self*), b) Komunikasi interpersonal bersifat transaksi, c) Komunikasi interpersonal menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antrapribadi, d) Komunikasi interpersonal mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi, e) Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung antar satu dengan yang lainnya (*interdependensi*), f) Komunikasi Interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang.

3) Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar. Dalam komunikasi verbal itu bahasa memegang peranan penting¹³

Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal, yaitu:

- 1) Bahasa. Pada dasarnya bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi *verbal*, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa *verbal* entah lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik. Bahasa suatu bangsa atau suku berasal dari interaksi dan hubungan antara warganya satu sama lain.¹⁴ Bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif yakni: a) Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita; b) Untuk membina hubungan yang baik di antara sesama manusia, c) Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia. Teori ketiga disebut *Mediating theory* atau teori penengah. Dikembangkan oleh Charles Osgood. Teori ini menekankan bahwa manusia dalam mengembangkan kemampuannya berbahasa, tidak saja bereaksi terhadap rangsangan (*stimuli*) yang diterima dari luar, tetapi juga dipengaruhi oleh proses internal yang terjadi dalam dirinya.¹⁵
- 2) Kata. Kata merupakan unit lambang terkecil dalam bahasa. Kata adalah lambang yang melambangkan atau mewakili sesuatu hal, entah orang, barang, kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal. Yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang.¹⁶

Sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk non-verbal, tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan.¹⁷ *Nonverbal communication is all aspects of communication other than words themselves. It includes how we utter words (inflection, volume), features, of environments that affect interaction (temperature, lighting), and objects that influence personal images and interaction patterns (dress, jewelry, furniture).*¹⁸ (Komunikasi nonverbal adalah semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri. Ini mencakup bagaimana kita mengucapkan kata-kata (infleksi, volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan benda-benda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel). Komunikasi non verbal dapat berupa bahasa tubuh, tanda (*sign*), tindakan/perbuatan (*action*) atau objek (*object*).

4) Model-Model Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal memiliki beberapa model dalam berkomunikasi dengan secara interpersonal yakni:

- a. *Model Linier* (Komunikasi Satu Arah). Komunikasi mengalir hanya dalam satu arah, yaitu dari pengirim ke penerima pasif. Misalnya Kepala Dinas berpidato memberikan arahan kepada bawahannya. Ini berarti bahwa bawahannya tidak pernah mengirim pesan dan hanya menyerap secara pasif apa yang sedang dibicarakan.
- b. *Model Interaktif* (Komunikasi Dua Arah). Komunikasi sebagai sebuah proses dimana pendengar memberikan umpan balik, yang merupakan tanggapan terhadap pesan. Dalam proses tanya jawab, bawahan memberikan umpan balik/tanggapan terhadap pesan yang disampaikan kepala dinas.
- c. *Model Transaksional* (Komunikasi Banyak Arah). Model transaksional komunikasi interpersonal menekankan dinamika komunikasi interpersonal dan peran ganda orang yang terlibat dalam proses tersebut. Dalam model transaksional ini tidak hanya melibatkan interaksi dinamis antara kepala dinas dengan bawahannya, tetapi juga interaksi dinamis antar bawahannya. Akhirnya, kita harus menekankan bahwa model transaksional tidak melabeli satu orang sebagai pengirim dan orang lain sebagai penerima.

5) Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Interpersonal

Berikut faktor pendukung dan penghambat komunikasi interpersonal diuraikan¹⁹:

- a. Faktor Pendukung. Ada beberapa faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi dilihat dari sudut komunikator, komunikan, dan pesan, sebagai berikut: 1). Komunikator memiliki kredibilitas/kewibawaan yang tinggi, daya tarik fisik maupun nonfisik yang mengundang simpati, cerdas dalam menganalisis suatu kondisi, memiliki integritas/keterpaduan antara ucapan dan tindakan, dapat dipercaya, mampu memahami situasi di lingkungan kerja, mampu mengendalikan emosi, memahami kondisi psikologis komunikan, bersikap supel, ramah, dan tegas, serta mampu menyesuaikan diri dengan masyarakat dimana ia berbicara, 2). Komunikan memiliki pengetahuan yang luas, memiliki kecerdasan menerima dan mencerna pesan, bersikap ramah, supel, dan pandai bergaul, memahami dengan siapa ia berbicara, bersikap bersahabat dengan komunikator, 3). Pesan komunikasi dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, disampaikan secara jelas sesuai kondisi dan situasi, lambang-lambang yang digunakan dapat dipahami oleh komunikator dan komunikan, dan tidak menimbulkan multi interpretasi/penafsiran yang berlainan.
- b. Faktor Penghambat. Faktor-faktor yang dapat menghambat komunikasi adalah sebagai berikut: 1) Komunikan yang mengalami gangguan pendengaran (hambatan biologis), komunikan yang tidak berkonsentrasi dengan pembicaraan (hambatan psikologis), seorang perempuan akan tersipu malu jika membicarakan masalah seksual dengan seorang lelaki (hambatan gender), 2) Komunikator dan komunikan kurang memahami latar belakang sosial budaya yang berlaku sehingga dapat melahirkan perbedaan persepsi, 3) Komunikator dan komunikan saling berprasangka buruk yang dapat mendorong ke arah sikap apatis dan penolakan. 4) Komunikasi berjalan satu arah dari komunikator ke komunikan secara terus menerus sehingga komunikan tidak memiliki kesempatan meminta penjelasan, 5) Komunikasi hanya berupa penjelasan verbal/kata-kata sehingga membosankan, 6) Tidak digunakannya media yang tepat atau terdapat masalah pada teknologi komunikasi (microphone, telepon, power point, dan lain sebagainya), 7) Perbedaan bahasa sehingga menyebabkan perbedaan penafsiran pada simbol-simbol tertentu.

D. Model Pendekatan Persuasif.

Istilah “persuasif” atau dalam bahasa Inggris *persuasion* bersal dari kata Latin *persuasio*, yang secara harafiah berarti hal membujuk, hal mengajak, atau menyakinkan. Dalam ilmu komunikasi, kita

mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi *audience* atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.²⁰ Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi kita menjadi persuasif atau bisa mempengaruhi orang lain.²¹

1. Komunikator. Komunikator atau sumber adalah orang-orang yang akan mengkomunikasikan suatu pesan kepada orang lain. Agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator menjadi persuasif, maka komunikator harus mempunyai kredibilitas yang tinggi. Yang dimaksud dengan kredibel disini adalah komunikator yang mempunyai pengetahuan, terutama tentang apa yang disampaikan.
2. Pesan. Pesan adalah hal-hal yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, yang bertujuan agar komunikan melakukan hal-hal yang disampaikan dalam pesan tersebut. Sama halnya dengan sumber atau komunikator, pesan juga sangat berpengaruh terhadap persuasif tidaknya komunikasi yang kita lakukan.
3. Saluran. Saluran adalah media atau sarana yang digunakan supaya pesan dapat disampaikan oleh sumber kepada si penerima. Supaya komunikasi bisa persuasif, maka media atau saluran yang digunakan harus tepat. Saluran atau media harus mempertimbangkan karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain.
4. Penerima. Penerima adalah orang-orang yang menerima pesan dari komunikator, yang biasa disebut dengan komunikan. Dalam berkomunikasi, khalayak sasaran komunikan juga perlu menjadi perhatian. Bagaimana karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain, sangat dibutuhkan dalam memformulasikan pesan yang akan disampaikan. Ketika kita berkomunikasi dengan masyarakat kelas bawah, maka bahasa yang digunakan harus disesuaikan dengan tingkat pendidikan masyarakat, jangan sampai kita menggunakan kata-kata yang tidak dimengerti oleh masyarakat.²²

Ciri-Ciri Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasi sebagai suatu teknik mempengaruhi manusia dengan jalan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis dan sosiologi dari komunikasi yang hendak dipengaruhi. Persuasi memiliki ciri-ciri, yaitu :

1. Kejelasan tujuan. Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku.
2. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi. Sasaran persuasi memiliki keragaman yang cukup kompleks. Keragaman tersebut dapat dilihat dari karakteristik demografis, jenis kelamin, level pekerjaan, suku bangsa, hingga gaya hidup.
3. Memilih strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi.
4. Fungsi Komunikasi Persuasif. Tiga fungsi utama komunikasi persuasif adalah Fungsi kontrol, Fungsi melindungi dan fungsi pengeahuna (*control function, consumer protection function, dan knowledge function*).
5. Penggunaan Komunikasi Persuasi. Persuasi bersumber pada perkataan latin *persuasion*. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.
6. Perencanaan komunikasi persuasif. Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang. Sehubungan dengan peruses komunikasi persuasif itu berikut ini adalah teknik- teknik yang akan dipilih dalam komunikasi persuasif: a) Teknik Asosiasi, b) Teknik Integrasi, c) Teknik Ganjaran, d) Teknik Tataan, e) Teknik *Red-herring*.

E. Konsep Perkembangan Pembangunan

Pada awal abad ke-19, sedikitnya ada tiga perkembangan penting yang terjadi. Pertama, adalah telepon, telegraf, radio, TV, dan lain-lain. Kedua, pecahnya Perang Dunia ke-I dan ke-II memberi bentuk

dan arah pada bidang kajian ilmu komunikasi yang terjadi di masa ini. Aspek-aspek yang diteliti mencakup penggunaan teknologi baru dalam pendidikan formal, keterampilan komunikasi, strategi komunikasi instruksional, serta (*reading*) dan (*listening*).²³

Tumbuhnya industri media yang nampaknya tidak hanya bersifat nasional tetapi juga regional dan global.²⁴ Ketergantungan terhadap situasi ekonomi dan politik global internasional khususnya dalam konteks *center (periphery)*. Semakin gencarnya kegiatan pembangunan ekonomi di seluruh negara. Semakin meluasnya proses demokratisasi ekonomi dan politik. Arus penyebaran dan pemusatan informasi regional dan global, aspek-aspek politik dan ekonomi informasi, kompetisi antar industri media, dampak sosial dari teknologi interaktif seperti komputer, komunikasi manusia mesin, dampak telekomunikasi terhadap hubungan antar budaya, serta aspek-aspek yang menyangkut manajemen informasi. Pendekatan disiplin ekonomi mulai diterapkan, karena disadari bahwa informasi dimasa sekarang ini merupakan yang mempunyai nilai tambah.²⁵

F. Konsep Infrastruktur

Menurut *Macmillan Dictionary of Economics*, infrastruktur merupakan elemen struktural ekonomi yang memfasilitasi arus barang dan jasa antara pembeli dan penjual. Sedangkan *The Routledge Dictionary of Economics* memberikan pengertian yang lebih luas yaitu bahwa infrastruktur juga merupakan pelayanan utama dari suatu negara yang membantu kegiatan ekonomi dan kegiatan masyarakat sehingga dapat berlangsung melalui penyediaan transportasi dan fasilitas pendukung lainnya. menyatakan bahwa infrastruktur merupakan pondasi atau rancangan kerja yang mendasari pelayanan pokok, fasilitas dan institusi dimana bergantung pada pertumbuhan dan pembangunan dari suatu area, komunitas dan sistem. Dalam hubungan infrastruktur dengan pembangunan ekonomi, beberapa ekonom juga memberikan pendapatnya mengenai infrastruktur. Hirschman, mendefinisikan infrastruktur sebagai suatu yang sangat di butuhkan.²⁶

Sedangkan menurut Bappenas, pembangunan infrastruktur merupakan bagian integral dari pembangunan nasional dan roda penggerak ekonomi. Infrastruktur juga mempunyai peran penting dalam memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa serta diyakini sebagai pemicu pembangunan suatu kawasan. Dalam Keputusan Presiden RI No. 81 Tahun 2001 Tentang Komite Kebijakan Percepatan Pembangunan Infrastruktur, disebutkan dalam Pasal 2, bahwa pembangunan infrastruktur mencakup:

- 1) Prasarana dan sarana perhubungan: jalan, jembatan, jalan kereta api, dermaga, pelabuhan laut, pelabuhan udara, penyeberangan sungai dan danau;
- 2) Prasarana dan sarana pengairan: bendungan, jaringan pengairan, bangunan pengendalian banjir, pengamanan pantai, dan bangunan pembangkit listrik tenaga air;
- 3) Prasarana dan sarana permukiman, industri dan perdagangan: bangunan gedung, kawasan industri dan perdagangan, kawasan perumahan skala besar, reklamasi lahan, jaringan dan instalasi air bersih, jaringan dan pengolahan air limbah, pengolahan sampah, dan sistem drainase;
- 4) Bangunan dan jaringan utilitas umum: gas, listrik, dan telekomunikasi.

Berdasarkan uraian di atas memperlihatkan bahwa pembangunan infrastruktur merupakan salah satu bentuk investasi yang sangat vital bagi pertumbuhan ekonomi, baik pada skala regional maupun nasional. Pembangunan infrastruktur fisik merupakan determinan penting dalam pembangunan masyarakat dan wilayah suatu daerah, karena mempunyai fungsi sebagai sarana untuk memperlancar dan mendukung kehidupan dan penghidupan masyarakat tersebut.

G. Konsep Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Pekerjaan PR tidak lepas dari peran media, sehingga hubungan baik dengan media menjadi penting untuk direalisasikan. Karena hubungan yang baik antara *Public Relations* dengan media massa sanan

memengaruhi publikasi yang dikirim oleh *Public Relations* ke media massa. Fakta ini tidak bisa dipungkiri ketika melihat fenomena yang ada dilapangan. Pesan yang dikirim oleh *Public Relations* ke masyarakat, akan diberitakan oleh media massa atau tidak sangat ditentukan oleh hubungan yang baik antara *Public Relations* dengan media massa (baik dengan institusi mediana maupun dengan wartawannya). Berdasarkan fakta ini maka dibutuhkan hubungan yang baik antara *Public Relations* dengan media.²⁷

H. Konsep Pembebasan Lahan

Pengadaan tanah adalah kegiatan menyediakan tanah dengan cara memberi ganti kerugian yang layak dan adil kepada pihak yang berhak. Pihak yang berhak adalah pihak yang menguasai atau memiliki tanah, ruang atas tanah dan bawah tanah, bangunan dan tanaman, benda yang berkaitan dengan tanah, atau lainnya yang dapat dinilai melalui rangkaian prosedur.

1. Hak Menguasai Negara atas Tanah. Hak menguasai Negara atas tanah bersumber pada hak bangsa Indonesia atas tanah, yang hakikatnya merupakan penugasan pelaksanaan tugas kewenangan bangsa yang mengandung unsur hukum publik. Adapun Isi wewenang hak menguasai negara atas tanah sebagaimana dimuat dalam Pasal 2 Ayat (2) UUPA. Mengatur dan menyelenggarakan peruntukan, penggunaan, persediaan, dan pemeliharaan tanah.²⁸
2. Fungsi Sosial Hak atas Tanah. Fungsi sosial hak atas tanah dalam Pasal 6 UUPA yang berbunyi: "Semua hak atas tanah mempunyai fungsi sosial". Ini berarti bahwa hak atas tanah apapun yang ada pada seseorang tidaklah dapat dibenarkan, bahwa tanahnya itu akan digunakan (atau tidak dipergunakan) semata-mata untuk kepentingan pribadinya, apalagi kalau hal itu menimbulkan kerugian bagi masyarakat. Dalam arti bahwa tanah tidak hanya berfungsi bagi pemegang hak atas tanahnya saja tetapi juga bagi bangsa Indonesia seluruhnya, dengan konsekuensi bahwa penggunaan hak atas sebidang tanah juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat. Penggunaan tanah harus disesuaikan dengan keadaannya dan sifat dari pada haknya, hingga bermanfaat baik bagi kesejahteraan dan kebahagiaan yang mempunyainya maupun bermanfaat pula bagi masyarakat dan negara dan diantara dua kepentingan tersebut haruslah seimbang.²⁹ Prinsip terpenting dari kandungan hak milik berfungsi sosial adalah keseimbangan, keadilan, kemanfaatan dan bercorak kebenaran. Sehingga akan menunjukkan fungsi pribadi dalam bingkai kemasyarakatan yang memberikan berbagai hubungan keselarasan yang harmonis dan saling memenuhi guna meminimalisir kompleksitasnya berbagai permasalahan yang mungkin dan akan timbul dalam kehidupan social kemasyarakatan, bangsa dan negara.³⁰
3. Prosedur pengadaan tanah. Instansi pemerintah yang memerlukan tanah membentuk kepanitiaan, jika untuk daerah kabupaten/kota, panitia dibentuk oleh bupati/walikota, untuk daerah provinsi panitia dibentuk oleh Gubernur dan jika pengadaan tanah tersebut terletak di wilayah kabupaten/kota atau lebih, kepanitiannya dibentuk oleh Gubernur. Bupati/walikota, gubernur, atau menteri dalam negeri mengupayakan penyelesaian mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dengan mempertimbangkan pendapat dan keinginan dari pemegang hak atas tanah atau kuasanya. Apabila upaya penyelesaian yang ditempuh bupati/walikota, gubernur, atau menteri dalam negeri tetap tidak diterima oleh pemegang hak atas tanah dan lokasi pembangunan yang bersangkutan tidak dapat dipindahkan, maka bupati/walikota, gubernur, atau menteri dalam negeri sesuai kewenangan mengajukan usul penyelesaian dengan cara pencabutan hak atas tanah berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 1961 tentang Pencabutan Hak-Hak Atas Tanah dan Benda-Benda yang Ada di Atasnya. Keputusan pencabutan hak tersebut di atas diusulkan oleh Kepala Badan Pertanahan Nasional setelah ditandatangani oleh menteri dari instansi yang memerlukan tanah dan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, dan berdasarkan usulan tersebut maka Presiden mengeluarkan

Keputusan pencabutan hak atas tanah berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 1961.

4. Pemberian Ganti Rugi. Peraturan Presiden Nomor 36 Tahun 2005 pada pasal 1 angka 11 menyebutkan bahwa ganti rugi adalah penggantian terhadap kerugian baik bersifat fisik dan atau non fisik sebagai akibat pengadaan tanah kepada yang mempunyai tanah, bangunan, tanaman, dan atau benda-benda lain yang berkaitan dengan tanah yang dapat memberikan kelangsungan hidup yang lebih baik dari tingkat kehidupan sosial ekonomi sebelum terkena pengadaan tanah. Selanjutnya pada pasal 12 Peraturan Presiden Nomor 36 Tahun 2005 menyebutkan bahwa ganti rugi dalam rangka pengadaan tanah diberikan untuk; a) hak atas tanah; b) Bangunan, c) Tanaman, d) Benda-benda lainnya yang berkaitan dengan tanah. Bentuk ganti rugi yang dapat diberikan baik terhadap hak atas tanah, bangunan, tanaman, serta benda-benda yang berkaitan dengan tanah dapat berupa; a) uang dan/atau; b) tanah pengganti dan/atau; c) permukiman kembali; d) atau dimungkinkan juga pemegang hak atas tanah diikutsertakan sebagai penyertaan modal dalam pelaksanaan pembangunan tersebut.

Penilaian atau perhitungan besarnya ganti rugi didasarkan atas:

- a. Nilai Jual Objek Pajak atau nilai nyata/sebenarnya dengan memperhatikan Nilai Jual Objek Pajak tahun berjalan berdasarkan penetapan Lembaga/Tim Penilai Harga Tanah yang ditunjuk oleh Panitia;
- b. Nilai jual bangunan yang ditaksir oleh perangkat daerah yang bertanggung jawab di bidang bangunan;
- c. Nilai jual tanaman yang ditaksir oleh perangkat daerah yang jawab.³¹

Hasil Penelitian

A. Strategi Komunikasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan

Penelitian ini tahap pertama yang dilakukan oleh Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan dari sisi internal yaitu:

1. Komunikasi pemetaan luas lahan oleh tim negosiator untuk pembebasan lahan masyarakat muslim.

Berdasarkan pernyataan Bambang Pardede. Kepala Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan menyatakan bahwa:

“Pendataan Lahan memiliki beberapa tujuan untuk menyediakan sebuah data dasar, luas, lebar dan kontur lahan dan perubahan iklim di lokasi tersebut sampai dengan wilayah administrasi yang terkecil (desa/kelurahan). Tujuan kedua adalah untuk menyediakan sebuah data kepemilikan lahan yang lebih rinci dan mendalam untuk perkiraan parameter kependudukan melalui survai kependudukan. Tujuan ketiga adalah untuk menyediakan data potensi desa diseluruh jalan Brigjen Katamso Medan. Tujuan keempat adalah untuk menyusun kerangka induk yang akan digunakan sebagai acuan dasar pada tahapan eksekusi lahan dan realisasi pembangunan Underpass.”³²

2. Komunikasi pembelian lahan dan ganti rugi bangunan masyarakat.

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan narasumber kepada peneliti menunjukkan Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan menyatakan bahwa:

“Ganti kerugian adalah penggantian atas nilai tanah berikut bangunan, tanaman dan benda-benda lain yang berkaitan sebagai akibat penyerahan atau pelepasan hak atas tanah dalam bentuk uang, yang telah disepakati oleh pihak-pihak lain yang bersangkutan terhadap tanah pribadi milik masyarakat atau tanah peribadatan milik bersama. Ganti kerugian dapat dilakukan

dalam bentuk uang, tanah pengganti, pemukiman kembali yang telah disepakati oleh pihak-pihak yang bersangkutan berdasarkan kesepakatan para pihak yang dituangkan dalam keputusan panitia pelepasan tanah. Apabila tidak terjadi atau tidak tercapainya kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian maka panitia dapat menentukan bentuk dan besarnya ganti kerugian didasarkan kepada kemampuan anggaran dasar dalam membiayai ganti rugi tersebut. Pada persoalan saat ini ganti rugi lahan dan bangunan yang diberikan oleh pihak kami sebagai penyelenggara pembangunan Underpass di Jalan Brigjen Katamso Medan kepada masyarakat muslim, ganti rugi tersebut dilakukan melalui pemabayaran uang tunai yang diserahkan kepada pemilik lahan dan bangunan mereka”.³³

3. Komunikasi peningkatan keamanan masyarakat pada pra dan pasca pembebasan lahan.

Berdasarkan keterangan dari Kepala Bidang Pembangunan dan Pengujian yakni Jon. S. Damanik. memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Peningkatan keamanan masyarakat harus intens dilakukan pagi, siang malam, sebab operasi pembebasan lahan untuk pembangunan Underpass di Jalan Brigjen Katamso Medan rawan ditunggangi oleh tokoh-tokoh yang kontra terhadap pembebasan lahan, maka sebagai antisipasi pencegahan terjadinya kericuhan, keonaran, konflik vertikal dan huru hara maka kita membutuhkan aparat berwenang yang dalam hal ini kita butuhkan POLRI, TNI dan unsur penduduk keamanan kecamatan setempat, sehingga para petugas kita di lapangan kita yang bekerja tidak mengalami gangguan dan hambatan yang dapat memperlambat proses pembebasan lahan dan pembangunan jalan *Underpass*”.³⁴

4. Komunikasi kepada masyarakat terkait pentingnya pembangunan nasional.

Berdasarkan pernyataan narasumber diatas yaitu Ir. Simon Ginting, beliau adalah Kepala Seksi Pembangunan dan Pengujian Jalan menunjukkan bahwa:

“Penyuluhan pembangunan infastruktur kita berikan kepada masyarakat Brigjen Katamso Medan guna memperkokoh keilmuan masyarakat, penyuluhan ini dilakukan atas dasar masih rendahnya antusiasme masyarakat untuk rela melepaskan lahan dan bangunannya untuk dibangun fasilitas infstruktur publik seperti pembangunan jalan Underpass, infrastruktur merupakan program utama pemerintahan era presiden Joko Widodo dalam mewujudkan pembangunan yang merata sehingga masyarakat merasakan hadirnya negara ditengah-tengah kehidupan mesyarakat yang di implementasikan dalam bentuk pembangunan infrastrktur publik tersebut, infrastruktur Underpass di Jalan Brigjen Katamso Medan tidak hanya mempermudah mobilisasi masyakarat dari satu lokasi kelokasi lainnya namun juga sebagai penunjang peningkatan ekonomi masyarakat sehingga distribusi ekonomi menjadi lancar dan ekonomi masyarakat tetap stabil, melalui Penyuluhan ini dilakukan agar mencapainya cita-cita bangsa Indonesia.”³⁵

5. Memperkokoh Komunikasi Program Forum Kemitraan Pembangunan Jalan Nasional dan Masyarakat (FKPJNM).

Menurut keterangan Ir. Jon. S. Damanik, MIM yang merupakan Kepala Bidang Pembangunan dan Pengujian, beliau menyampaikan kepada peneliti sebagai berikut:

“Aksi nyata yang telah kita lakukan selanjutnya dalam memperkokoh komunikasi dengan masyarakat melalui Program Forum Kemitraan Pembangunan Jalan Nasional dan Masyarakat yang sudah kita bina, forum ini sebagai fasilitator dalam menghubungkan kita kepada masyarakat, forum ini dari masa ke masa selalu kita tingkatkan guna memperkuat sinergisitas yang optimal, hasil dari forum ini luar biasa, salah satunya adalah tim negosiator Balai Besar pelaksanaan

Jalan Nasional II Medan yang bertugas dilapangan dapat diterima oleh masyarakat setempat sehingga petugas kita dilapangan tidak mendapatkan ancaman dari masyarakat setempat, melalui forum ini para negosiator dapat bebas menyampaikan pesan –pesan sosialisasi pembebasan lahan, maka dari pada itu Forum Kemitraan Pembangunan Jalan Nasional dan Masyarakat merupakan salah satu media yang tepat agar terwujudnya pembangunan Undepass di Jalan Brigjen Katamso Medan”³⁶

Selanjutnya Kepala Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan, beliau bernama Ir. Bambang Pardede. M. Eng. Ia megatakan sebagai berikut:

“Penting bagi sang negosiator untuk mengetahui latar belakang masyarakatnya agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan baik. Latar belakang yang perlu diketahui oleh komunikator antara lain pendidikan dan pengalaman. Seseorang tidak akan mungkin berhasil menyampaikan sesuatu bila berbeda tingkat pendidikan dan pengalamannya. Oleh karena itu, komunikator harus dapat menyesuaikan topik atau materi sesuai dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman komunikannya agar mudah dimengerti dan dipahami. Ketika melakukan penyampaian persuasi terhadap orang lain, seorang persuader harus menyampaikan fakta secara terbuka, tanpa ada satu pun hal yang ditutup-tutupi. *Point* utama dari persuas santun dan lembut (*Soft*) adalah menonjolkan kelebihan tanpa harus menutupi kekurangan. Sehingga orang yang sedang dipersuasi akan mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu hal sekaligus, namun tetap melihat kelebihan hal tersebut sebagai sesuatu yang lebih menonjol namun tetap sopan santun penyampaian secara halus menjadi utama.”³⁷

6. Memberikan kebebasan kepada pemilik lahan dan bangunan untuk menyampaikan aspirasi.

Salah seorang anggota tim negosiasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan yang bernama Yakub Sitepu, SE, beliau menyampaikan informasi bahwa:

“Kita berikan masyarakat keleluasaan seluasnya untuk menyampaikan usulan atau aspirasi mereka terkait harga ganti rugi lahan dan bangunan milik mereka, segala aspirasi masyarakat kita kumpulkan guna sebagai acuan untuk kita melangkah kedepan, diskusi dalam rangka menyampaikan aspirasi kita lakukan secara damai tidak ada kericuhan, namun pro dan kontra pasti terjadi selama berlangsungnya dengan pendapat kepada pemilik lahan dan bangunan masyarakat namun tetap aspirasi masyarakat yang kontra terhadap pembangunan Underpass di Jalan Brigjen Katamso Medan merupakan hak-hak masyarakat dan harus kita hargai bersama”³⁸

7. Memanfaatkan media rakyat.

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh narasumber menunjukkan bahwa:

“Untuk mengajak masyarakat muslim di Jalan Brigjen Katamso Medan agar mereka memberikan lahan mereka untuk di bangun jalan Underpass maka kita gunakan metode persuasif dengan cara memanfaatkan media rakyat setempat salah satunya dengan cara menghadiri setiap acara-acara ritual keagamaan masyarakat muslim yaitu menghadiri pada setiap perwiritan yasin laki-laki dan perempuan lalu kita masukkan pesan-pesan terkait pentingnya pembangunan infrastruktur jalan sehingga audiens sadar akan pentingnya pembangunan jalan”³⁹ Edison Bintang. Hasil Wawancara Dengan Anggota Tim Negosiator Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Pada Tanggal 13 November 2018. Pukul. 08.00 WIB.

8. Kunjungan sosialiasi dari pintu ke pintu (*door to door.*)

Dampak positif dari kegiatan ini ialah:

“Pola *door to door system* ini sangat penting karena dalam kegiatan ini kita bisa mengetahui informasi yang ada di keluarga tersebut, mengetahui jumlah dalam satu keluarga, dan mengetahui profesi anggota keluarga dan dapat mengetahui latar belakang pendidikan masyarakat guna mendapatkan keterangan yang nantinya menjadi acuan terhadap tim negosiasi dalam melakukan negosiasi komunikasi kepada masyarakat setempat guna pada kegiatan pembebasan lahan tersebut mampu kita secara damai dan mampu kita redam pertikaian, huru hara dan konflik horizontal”⁴⁰

9. Melakukan komunikasi negosiasi di balai kelurahan.

Pendekatan integratif yang dilakukan oleh tim negosiasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan akan efektif apabila:

“Negosiasi yang baik tidak perlu ada pemenang dan pecundang, semua pihak akan mendapatkan keuntungan. Dari pada menganggap negosiasi termasuk sebagai situasi menang kalah, para negosiasi dapat mencari solusi yang sama- sama menguntungkan dan mereka sering kali menemukan yang biasanya dikenal dengan keuntungan kooperatif, kolaboratif, menang-menang, atau penyelesaian masalah. Pendekatan yang kita gunakan adalah pendekatan integratif sering kali disebut dengan pendekatan *creating value* dan keuntungan timbal balik (*mutual-again*). Pendekatan *creating value* berorientasi pada sikap yang mengutamakan kerja sama yang mana kedua pihak bertukar informasi untuk mencari sumber-sumber nilai yang bisa mereka negosiasikan, berupaya mencari solusi-solusi dan keuntungan setiap pihak. Pendekatan ini berkenaan dengan proses menemukan solusi yang merangkul kepentingan para pihak bersama-sama.”⁴¹ Zamzam. Hasil Wawancara Dengan Kepala Satuan Kerja Pelaksanaan Jalan Nasional Metropolitan Medan Pada Tanggal 08 November 2018. Pukul 08.00 WIB

10. Memberikan pendampingan secara persuasif.

Penelitian ini perlu kembali lagi mengutip pesan dari wawancara salah satu anggota negosiasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan bernama Simon Ginting yakni Kepala Seksi Pembangunan dan Pengujian Jalan. Beliau mengatakan bahwa:

“Saya sebagai pimpinan seksi pembangunan dan pengujian jalan berusaha memberikan pendampingan yang prima kepada masyarakat yang lahannya merupakan lokasi pembangunan Underpass di Jalan Brigjen Katamso Medan. Kita ketahui masyarakat tentu merasa tidak siap, terkejut (*shock*) lahan yang ia tempati selama bertahun-tahun harus ia relakan beberapa meter demi pembangunan Underpass di Jalan Brigjen Katamso Medan. Kita tidak akan membiarkan masyarakat terkejut (*shock*), harus ada pendampingan dari mulai pendampingan psikologi, keamanan, hingga pendampingan eksekusi pembebasan lahan. Maka dari pada itu pendampingan yang prima menjadi prioritas kami dilapangan sehingga terbangun sebuah pendekatan persuasif yang erat antara pihak Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan dan masyarakat setempat, kemudian kita sudah siapkan tim negosiasi yang handal yang mampu mendampingi psikologi masyarakat. Kita sudah berikan fasilitas-fasilitas penunjang untuk mempermudah proses pemindahan barang-barang milik mereka termasuk juga pemindahan barang dagangan milik mereka sudah kita fasilitasi dengan baik. Meskipun hanya beberapa meter saja lahan mereka yang dibebaskan manun kita harus memberikan perhatian yang optimal. Kemudian kita sudah siapkan bantuan tenaga, keamanan dari aparat Polsek Kecamatan Medan Maimun, Koramil Medan Maimun. semuanya kami siapkan secara terukur dan profesional guna memberikan pendampingan yang prima kepada masyarakat yang lahannya merupakan titik pembangunan Underpass di Jalan Brigjen Katamso Medan”.⁴²

B. Hambatan Dalam Pembebasan Lahan

Dari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan dalam melakukan pembebasan lahan mengalami hambatan-hambatan sebagai berikut;

“Kita sudah lakukan negosiasi dengan pemilik lahan namun pemilik lahan menawarkan harga ganti rugi kepada kita dengan harga yang menurut hemat kami relatif tinggi sedangkan anggaran yang dikucurkan dari pusat terbatas, dan tidak hanya sampai disitu saja, permasalahan finansial yang lain adalah lahan yang akan kita bebaskan masih ada beberapa yang belum kita ganti rugi salah, satunya adalah atas nama Rosminan dengan lahan dan bangunan yang beliau miiki seluas 17 M². Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan menjanjikan akan mengganti rugi sebesar Rp. 108, 904, 200 (Seratus Delapan Juta Sembilan Ratus Empat Ribu Dua Ratus Rupiah). Namun karena proses pendanaan kita terbatas maka belum semua lahan mampu kita bayar ganti ruginya, kendati demikian kami akan terus berupaya melakukan koordinasi intensif dengan pimpinan pusat di Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat guna melunasi ganti rugi beberapa lahan dan bangunan masyarakat yang dibebaskan untuk pembangunan Underpass di Jalan Brigjen Katamsso Medan.”⁴³

Didalam melakukan komunikasi pembebasan lahan tentu terjadi hambatan dari sisi kejiwaan (Psikologi), hambatan kejiwaan tersebut yaitu

“Masyarakat muslim yang berdomisili di Jalan Brigjen Katamsso Medan secara kejiwaan (psikologi) belum siap menerima lahan mereka untuk di bebaskan lahan dan bangunannya, petugas kami yaitu tim negosiator berusaha memberikan edukasi dan meyakinkan masyarakat muslim yang merupakan pemilik lahan dan bangunan untuk mendukung program pemerintah pada aspek pemerataan infrastruktur jalan nasional. Komunikasi humanis kemudian didukung dengan pendekatan persuasif kami lakukan secara berjenjang, disatu sisi kami juga mendapatkan bantuan dari aparat kelurahan/desa, babinkamtibnas dari Poliri, babinsa dari TNI setempat untuk melakukan komunikasi persuasif sehingga diharapkan secara mental atau kejiwaan mereka telah siap memberikan dukungan kepada petugas kami dilapangan untuk melepaskan lahan mereka untuk di bangun Underpass di Jalan Brigjen Katamsso Medan”⁴⁴

Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Strategi Komunikasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Dalam Pembebasan Lahan Masyarakat Muslim Untuk Pembangunan Underpass Di Jalan Brigjen Katamsso Medan”. Peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

Pendataan luas wilayah merupakan suatu proses pencatatan, perhitungan, dan publikasi data demografis yang dilakukan terhadap semua penduduk yang tinggal menetap di suatu wilayah atau negara tertentu secara bersamaan. Lahan yang merupakan titik lokasi berdirinya jalan Underpass tersebut terdapat berbagai jenis aset yang dimiliki pemilik yang dianggap memiliki nilai ekonomis, seperti bangunan, tanaman produktif, sehingga harus diperhitungkan pula nilai ganti ruginya. Pembinaan keamanan yang dilakukan oleh aparat Polsek Kecamatan Medan Maimun dan Koramil Kecamatan Medan Maimun didukung oleh unsur keamanan kecamatan setempat adalah suatu upaya aparat dalam mengakomodir peran masyarakat guna secara aktif berpartisipasi dalam menjaga keamanan di lingkungan masing-masing.

Penguatan Pengetahuan Masyarakat Terkait Pentingnya Pembangunan yang dilakukan oleh Balai Besar pelaksanaan Jalan Nasional II Medan terhadap masyarakat Muslim yang lahannya merupakan titik pembangunan jalan Underpass. Penyampaian Pesan Yang Santun Guna Mempengaruhi Sikap Dan

tingkah laku Masyarakat. Balai Besar pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Memberikan kebebasan kepada pemilik lahan dan bangunan untuk menyampaikan aspirasi terkait keluhan harga ganti rugi lahan dan bangunan milik masyarakat muslim. Memanfaatkan media rakyat sebagai media yang tepat untuk mengajak masyarakat di Jalan Brigjen Katamsi Medan agar masyarakat merelakan lahan dan bangunan milik mereka untuk di bebaskan guna mempercepat pembangunan infrastruktur jalan Underpass. Membangun hubungan dengan masyarakat bersifat kunjungan rumah ke rumah (*door to door*) mampu membina hubungan yang baik antara pihak Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan yang di wakilkkan oleh tim negosiator dengan masyarakat setempat.

Tim Negosiator Balai Besar pelaksanaan Jalan Nasional II Medan harus menjadi pengambil keputusan yang dapat membuat semua orang puas. Tanpa beralih dari prioritas yang telah ditetapkan. Mengemban tanggung jawab ini dalam suatu lingkungan asing. Tujuan dari pihak pihak pada negosiasi integratif tidak sama sama eksklusif. Jika satu pihak mencapai tujuannya, pihak lain tidak dihalangi untu mencapai tujuannya juga. Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan adalah Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan terus berupaya memberikan perhatian, pendampingan dan pengamanan yang prima kepada masyarakat yang lahan dan bangunannya merupakan titik lokasi pembangunan jalan Pemilik lahan menunjukkan pro dan kontra masyarakat terhadap pembebasan lahan yang dilakukan Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan. Masyarakat yang mendukung pembebasan lahan menilai pembangunan jalan merupakan langkah-langkah yang tepat yang diambil oleh pemerintah untuk mempermudah mobilisasi masyarakat yang didukung dengan ganti rugi yang lahan dan bangunan dengan harga yang seimbang dengan lahan dan bangunan.

Endnotes

- ¹Suardi Lubis, *Teori-Teori Komunikasi Sebuah Konsep, Analisis Dan Aplikasi*, (Jakarta: Pranada, 2016), h. 3.
- ²Anwar Arifin, *Komunikasi Politik*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), h. 10.
- ³Amroeini Drajat, *Komunikasi Islam Dan Tantangan Mordenitas*. (Bandung: Cita Pustaka Media, 2008), h.59.
- ⁴Jalaluddin Rahmad, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), h. 255.
- ⁵Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Komunikasi Kampanye*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016). h. 29.
- ⁶Ismail Sulaiman & Sharani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Medan: Perdana Mulya Sarana, 2011), h.88.
- ⁷Rizal Ahmadi. *Dominan Kaji Ulang dan Teori Kritis*, Cet. I, (Jakarta: Rajawali, 2011), h. 123.
- ⁸Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Pembangunan Perubahan Sosial Perspektif*, (Jakarta:Kencana,2015), h. 67.
- ⁹Engkoswara, *Administrasi Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 202.
- ¹⁰Nurani Soyomutu, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2010), h. 142.
- ¹¹Deddy Mulyana, *Komunikasi Suatu Pendekatan*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012), h. 81.
- ¹²Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) h. 7-10.
- ¹³Muhammad Ahmad Al-Aththar, *The Magic of Communication*. (Jakarta: Zaman, 2012), h. 10.
- ¹⁴*Ibid*, h. 23.
- ¹⁵Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2007), h. 99-102.
- ¹⁶Agus M. Hardjana, *Komunikasi Antrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. (Yogyakarta: Kanisius, 2003), h. 24.
- ¹⁷*Ibid*, h. 26.
- ¹⁸Julia T. Wood, *Communication In Our Lives*. (USA: University of North Carolina at Capital Hill, 2009), h. 131.

¹⁹Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 18.

²⁰*Ibid*, h. 24.

²¹Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), h. 24.

²²Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Gramedia Widiasana Indonesia, 2005), h. 57

²³Rohajat Harun, *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosial*, (Jakarta: Raja grafindo, 2011), 54.

²⁴Putra Hazbul, *Konflik Tanah Di Masyarakat* , (Jakarta: Kencana, 2014), h. 45.

²⁵Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*, (Bandung: Simbiosis media, 2007), h. 56.

²⁶Ali Sadiqin, *Pengolahan Lahan Yang Pedesaan*. (Bandung: Kencana, 2013), h 36.

²⁷Burhan Bungun, *Hubungan Masyarakat Sosial*. (Jakarta: Kencana, 2015), h. 34.

²⁸Urip Santoso, *Hukum Agraria Kajian Komprehensif*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 79.

²⁹Boedi Harsono, *Hukum Agraria Indonesia, Sejarah Pembentukan Undang-Undang Pokok Agraria, Isi Dan Pelaksanaannya, Jilid 1 Hukum Tanah Nasional*. (Jakarta: Djambatan, 2008), h. 77

³⁰*Ibid*

³¹Marbun, *Hukum Administrasi Negara II*, (Yogyakarta, UI Press 2013), h. 8

³²Bambang Pardede. Hasil Wawancara Dengan Kepala Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Pada Tanggal 07 November 2018. Pukul. 09.00 WIB.

³³Zamzam. Hasil Wawancara dengan Kepala Satuan Kerja Pelaksanaan Jalan Nasional Metropolitan Medan Pada Tanggal 08 November 2018. Pukul. 08.00 WIB

³⁴Jon. S. Damanik. Hasil Wawancara Dengan Kepala Bidang Pembangunan Dan Pengujian Pada Tanggal 12 November 2018. Pukul. 14.00 WIB.

³⁵Simon Ginting, Hasil Wawancara Dengan Kepala Seksi Pembangunan Dan Pengujian Jalan Pada Tanggal 12 November 2018. Pukul 09.00 WIB.

³⁶Jon. S. Damanik. Hasil Wawancara Dengan Kepala Bidang Pembangunan Dan Pengujian Pada Tanggal 12 November 2018. Pukul. 14.00 WIB.

³⁷Ir. Bambang Pardede. M. Eng. Hasil Wawancara Dengan Kepala Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Pada Tanggal 07 November 2018. Pukul. 09.00 WIB.

³⁸Yakub Sitepu, SE. Hasil Wawancara Dengan Seorang Anggota Tim Negosiasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Pada Tanggal 13 November 2018. Pukul. 10.00 WIB.

³⁹Edison Bintang. Hasil Wawancara Dengan Anggota Tim Negosiator Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Pada Tanggal 13 November 2018. Pukul. 08.00 WIB.

⁴⁰Zamzam. Hasil Wawancara Dengan Kepala Satuan Kerja Pelaksanaan Jalan Nasional Metropolitan Medan Pada Tanggal 08 November 2018. Pukul 08.00 WIB

⁴¹Zamzam. Hasil Wawancara Dengan Kepala Satuan Kerja Pelaksanaan Jalan Nasional Metropolitan Medan Pada Tanggal 08 November 2018. Pukul 08.00 WIB

⁴²Simon Ginting, Hasil Wawancara Dengan Kepala Seksi Pembangunan Dan Pengujian Jalan Pada Tanggal 12 November 2018. Pukul 09.00 WIB.

⁴³Ir. Bambang Pardede. M. Eng. Hasil Wawancara Dengan Kepala Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan. Tanggal 07 November 2018. Pukul . 09.00 WIB.

⁴⁴Simon Ginting, Hasil Wawancara Dengan Kepala Seksi Pembangunan Dan Pengujian Jalan Pada Tanggal 12 November 2018. Pukul 09.00 WIB.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Rizal, *Dominan Kaji Ulang dan Teori Kritis*, Cet. I, (Jakarta: Rajawali, 2011)
- Arifin, Anwar, *Komunikasi Politik*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003)
- Ardianto, Elvinaro, *Komunikasi Pembangunan Perubahan Sosial Perspektif*, (Jakarta:Kencana,2015)
- Aw, Suranto, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)
- , *Komunikasi Sosial Budaya*, (Jakarta: Kencana, 2016)
- Al-'Aththar, Muhammad Ahmad, *The Magic of Communication*. (Jakarta: Zaman, 2012)
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2007)
- Dilla, Sumadi, *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*, (Bandung: Simbiosis media, 2007)
- Drajat, Amroeini , *Komunikasi Islam Dan Tantangan Mordenitas*. (Bandung: Cita Pustaka Media, 2008)
- Engkoswara, *Administrasi Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta, 2011)
- Hardjana, Agus M. *Komunikasi Antrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. (Yogyakarta: Kanisius, 2003)
- Harun, Rohajat, *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosial*, (Jakarta: Raja grafindo, 2011)
- Hazbul, Putra, *Konflik Tanah Di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2014)
- Harsono, Boedi, *Hukum Agraria Indonesia, Sejarah Pembentukan Undang-Undang Pokok Agraria, Isi Dan Pelaksanaannya, Jilid 1 Hukum Tanah Nasional*. (Jakarta: Djambatan, 2008)
- Lubis, Suardi, *Teori-Teori Komunikasi Sebuah Konsep, Analisis Dan Aplikasi*, (Jakarta: Pranada, 2016)
- Mulyana, Deddy, *Komunikasi Suatu Pendekatan*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012)
- Marbun, *Hukum Administrasi Negara II*, (Yogyakarta, UI Press 2013)
- Rahmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008)
- , *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016)
- Ruslan, Rosady, *Kiat Dan Strategi Komunikasi Kampanye*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016)
- Sadiqin, Ali, *Pengolahan Lahan Yang Pedesaan*. (Bandung: Kencana, 2013)
- Santoso, Urip, *Hukum Agraria Kajian Komprehensif*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2013)
- Sulaiman, Ismail, & Sharani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Medan: Perdana Mulya Sarana, 2011).
- Soyomutu, Nurani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2010)
- Wood, Julia T. *Communication In Our Lives*. (USA: University of North Carolina at Capital Hill, 2009)
- Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grameia Wiirasana Indonesia, 2005)

Wawancara

- Bintang, Edison, Hasil Wawancara Dengan Anggota Tim Negosiator Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Pada Tanggal 13 November 2018. Pukul. 08.00 WIB.
- Damanik, Jon. S, Hasil Wawancara Dengan Kepala Bidang Pembangunan Dan Pengujian Pada Tanggal 12 November 2018. Pukul. 14.00 WIB.
- Ginting, Simon, Hasil Wawancara Dengan Kepala Seksi Pembangunan Dan Pengujian Jalan Pada Tanggal 12 November 2018. Pukul 09.00 WIB.
- Pardede, Bambang, Hasil Wawancara Dengan Kepala Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Pada Tanggal 07 November 2018. Pukul. 09.00 WIB.
- Sitepu, Yakub, SE. Hasil Wawancara Dengan Seorang Anggota Tim Negosiasi Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional II Medan Pada Tanggal 13 November 2018. Pukul. 10.00 WIB.
- Zamzam, Hasil Wawancara dengan Kepala Satuan Kerja Pelaksanaan Jalan Nasional Metropolitan Medan Pada Tanggal 08 November 2018. Pukul. 08.00 WIB

