

PERAN KOMUNIKASI PARTISIPATIF MASYARAKAT DALAM UPAYA MEMPERKENALKAN KAMPUNG INGGRIS DI DESA PARE KEDIRI JAWA TIMUR

Nurul Fadzar Sukarni

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta
eva.nurulfadzar@gmail.com

Abstract

Communication as an interaction process that can be of effective value requires collaboration to support changes in a place. communication is very important and used by humans in the exchange of experiences and ideas, and that is what triggers the delivery of knowledge and perceptions of various types. Therefore, communication is a core element in changing strategies to drive change. In the new era of the world of communication, a development communication paradigm emerged that involved participatory communication processes to decision making. Communication is needed to support development that involves the community to understand each other's agreed understandings for the progress of a place. involvement and role of the community is needed in the implementation or implementation of development programs. The involvement of active participatory communication from citizens and the community is a support to build a place that can be widely known by others outside their environment and have an impact on growth benefits in various fields, such as economic, social and cultural in the local area.

Keywords: *participation communication, develop communication, people contribution*

Abstrak

Komunikasi sebagai sebuah proses interaksi yang dapat bernilai efektif memerlukan adanya kerjasama untuk mendukung perubahan pada suatu tempat. komunikasi menjadi sangat penting dan digunakan oleh manusia dalam pertukaran pengalaman dan ide, dan hal itulah yang menjadi pemicu bagi penyampaian pengetahuan maupun persepsi dari berbagai jenis. Oleh karena itu, komunikasi merupakan unsur inti dalam perubahan strategi untuk mendorong perubahan. Di masa era baru dunia komunikasi, muncul sebuah paradigma komunikasi pembangunan yang melibatkan partisipatif pada proses berkomunikasi sampai dengan pengambilan keputusan. Komunikasi dibutuhkan untuk mendukung pembangunan yang melibatkan masyarakat agar saling memahami kesepahaman yang telah disepakati untuk kemajuan suatu tempat. keterlibatan dan peran masyarakat dibutuhkan pada implementasi atau penerapan program pembangunan. Keterlibatan komunikasi partisipatif secara aktif dari warga dan masyarakat merupakan sebuah dukungan untuk membangun sebuah tempat agar dapat dikenal luas oleh orang lain di luar lingkungannya dan berdampak pada keuntungan pertumbuhan di berbagai bidang, seperti ekonomi, sosial dan budaya di wilayah setempat.

Kata Kunci: komunikasi partisipasi, komunikasi pembangunan, kontribusi masyarakat

PENDAHULUAN

Bagi sebagian orang melakukan percakapan (*conversation*) adalah hal yang rutin dan lumrah. Percakapan adalah kegiatan biasa, bersifat informal dan merupakan bentuk interaksi antara individu yang dilakukan setiap

hari, tetapi dalam teori komunikasi percakapan adalah topik yang paling penting yang banyak dipelajari para ahli komunikasi. Percakapan dapat didefinisikan sebagai berikut: *“an interaction sequence with a defined beginning and end, turn taking and some sort of purpose*

or a set of goals". Dalam terjemahan bahasa Indonesia dapat diartikan, suatu urutan interaksi dengan awal dan akhir yang jelas, saling bergantian dan memiliki semacam arah atau seperangkat tujuan. (Morison, 2013: 201).

Menurut Littlejohn dan Foss, percakapan dikontrol oleh sejumlah aturan, memiliki struktur dan menunjukkan adanya kesatuan (*coherence*) Serta memiliki makna. Percakapan mencakup seluruh interaksi antara individu seperti berbicara dengan teman, berbincang dengan keluarga, berkirim e-mail, berdebat, bertengkar, melakukan kegiatan belajar mengajar dan lain sebagainya. Dalam hal ini, komunikator menggunakan percakapan melalui komunikasi bahasa (lisan) dan non verbal untuk berinteraksi satu dengan lainnya. Ketika memulai percakapan di lingkungan yang baru dan asing, maka secara alami seseorang membutuhkan interaksi dengan orang lain agar dapat menyatu dengan suasana, sehingga dapat dikatakan bahwa percakapan merupakan jantung komunikasi.

Sebagai aktivitas dasar manusia, komunikasi sudah menjadi kebutuhan bagi kehidupan manusia sejak bangun tidur, sampai tidur kembali. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relation*) karena manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Kesadaran bahwa komunikasi sebagai sebuah proses yang mendasar, seolah menyiratkan bahwa hal tersebut mudah dipahami dan dimengerti bahkan dikendalikan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin, *communicare*, yang artinya memberitahukan. Kata tersebut kemudian berkembang dalam bahasa Inggris *communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan dan lain-lain antara dua orang atau lebih. Secara sederhana dapat dikemukakan pengertian komunikasi ialah proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikan dengan tujuan tertentu. (Suranto,

2010:3)

Komunikasi menunjukkan suasana yang aktif, di mana seorang komunikator merangkai dan menyampaikan pesan, kemudian menerima umpan balik dan berlanjut seterusnya yang hakikatnya dapat menggambarkan suatu proses yang senantiasa berkelanjutan dan menciptakan kesinambungan. Seseorang melakukan kegiatan komunikasi pasti memiliki suatu tujuan yang hendak dicapai baik tujuan yang tidak terencana maupun tujuan yang terencana karena kegiatan komunikasi sudah menjadi sebagian besar dari kegiatan manusia sehari-hari seperti komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Ilmu komunikasi membagi tipe-tipe komunikasi ke dalam empat macam tipe, pertama komunikasi intrapersonal, kedua komunikasi interpersonal (antar pribadi), ketiga publik atau yang disebut juga komunikasi kelompok dan keempat komunikasi massa. Masing-masing dari tipe-tipe komunikasi tersebut memiliki perbedaan secara ciri dan konteksnya.

Dalam era baru komunikasi, muncul paradigma komunikasi pembangunan yang melibatkan partisipatif pada proses berkomunikasi sampai dengan pengambilan keputusan. Komunikasi dibutuhkan untuk mendukung pembangunan yang melibatkan masyarakat agar saling memahami kesepahaman yang telah disepakati untuk kemajuan suatu tempat.

Komunikasi pendukung pembangunan dilaksanakan dalam model komunikasi horizontal, interaksi komunikasi dilakukan secara demokratis. Kegiatan komunikasi bukan kegiatan memberi dan menerima melainkan "berbagi" dan berdialog". Selama ini keterlibatan masyarakat hanya dilihat dalam konteks yang sempit, artinya manusia cukup dipandang sebagai tenaga kasar untuk mengurangi biaya pembangunan sosial. Dengan kondisi ini, peran-peran serta masyarakat "terbatas" pada implementasi atau penerapan program, masyarakat tidak dikembangkan dayanya menjadi kreatif dari dalam dirinya dan

harus menerima keputusan yang sudah diambil “pihak luar”. Partisipasi menjadi bentuk yang pasif (Midgley, 1986 dalam Prijono dan Pranaka, 1996).

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi yang dapat membantu pemerhati pendidikan, khususnya untuk pengajaran bahasa asing (bahasa Inggris) yang akan dilakukan oleh para pelajar dan pengajar di seluruh wilayah di Indonesia. Penelitian ini juga dapat digunakan oleh pemerintah daerah lain yang ingin memperkenalkan wilayahnya yang memiliki “ciri khas” sebagai identitas yang mewakili daerahnya untuk diperkenalkan melalui komunikasi partisipatif.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Komunikasi

Dalam setiap peristiwa komunikasi, tidak akan terlepas dari unsur-unsur komunikasi, yaitu: a). Sumber (Orang, lembaga, buku, dokumen dan lain sebagainya), b). Komunikator (Orang, kelompok, surat kabar, buku, televisi, radio, film dan lain-lain) c). Pesan (lisan, tulisan, tatap muka langsung) d). Saluran media umum dan media massa e). Komunikan (orang atau kelompok) f). Efek atau pengaruh (apa yang dirasakan, dipikirkan, dilakukan sebelum dan setelah menerima pesan

Menurut Onong Uchjana Efendi secara etimologi istilah komunikasi komunikasi berasal dari perkataan inggris, yaitu *communication* yang bersumber dari bahasa latin *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran makna hakiki, dari *communicatio* ialah *communis* yang berarti “sama” atau kesamaan arti. Dalam pengertian pragmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu; ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka atau melalui media, baik media seperti surat kabar, radio, televisi atau film. Melalui non media massa seperti surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk dan lain sebagainya. Sehingga dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian

suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.

Menurut Leeuwis (2009), komunikasi merupakan sebuah proses penting yang digunakan oleh manusia dalam pertukaran pengalaman dan ide, dan hal itu menjadi pemicu penting bagi penyampaian pengetahuan dan persepsi dari berbagai jenis (misalkan pembelajaran). Karena itu, komunikasi merupakan unsur inti dalam perubahan strategi untuk mendorong perubahan.

Tujuan komunikasi menurut Leeuwis antara lain adalah: 1). Informasi, untuk memberikan informasi yang menggunakan pendekatan dengan pemikiran 2). Persuasif, untuk menggugah perasaan penerima. 3). Mengubah perilaku (sikap, pengetahuan, keterampilan), perubahan sikap terhadap pelaku pembangunan. 4). Meningkatkan kemampuan untuk mengembangkan usaha secara efisien di bidang usaha yang dapat memberi manfaat dalam batas waktu yang tidak tertentu. 5). Mewujudkan partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan

Dalam ilmu komunikasi, terdapat beberapa macam bentuk komunikasi, yaitu komunikasi intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri), komunikasi interpersonal (komunikasi antar pribadi), komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka (R Wayne Pace, 1979). Bentuk khusus dari komunikasi ini adalah komunikasi Diadik (Dyadic Communications) yaitu dengan karakteristik : proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih dalam situasi tatap muka, dibagi atas percakapan, dialog, wawancara. Komunikasi diadik memiliki ciri : pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak dekat dan pihak-pihak yang berkomunikasi mengirimkan dan menerima pesan secara spontan dan simultan. Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain.

Dalam komunikasi antarpribadi, hendaknya

antara komunikator dan komunikan saling menunjukkan sikap positif karena dalam hubungan komunikasi tersebut akan muncul suasana menyenangkan sehingga pemutusan hubungan komunikasi tidak dapat terjadi. Rahmat (2005) menyatakan bahwa sukses komunikasi antarpribadi banyak tergantung pada kualitas pandangan dan perasaan diri; positif atau negatif. Pandangan dan perasaan tentang diri yang positif, akan lahir pola perilaku komunikasi antarpribadi yang positif pula.

Komunikasi antarpribadi bersifat kesetaraan atau kesamaan (*Equality*) yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan merupakan perasaan sama dengan orang lain, sebagai manusia tidak tinggi atau rendah, walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu, latar belakang keluarga atau sikap orang lain terhadapnya. Rahmat (2005) mengemukakan bahwa persamaan atau kesetaraan adalah sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis, tidak menunjukkan diri sendiri lebih tinggi atau lebih baik dari orang lain karena status, kekuasaan, kemampuan intelektual, kekayaan atau kecantikan. Dalam persamaan tidak mempertegas perbedaan, artinya tidak menggurui, tetapi berbincang pada tingkat yang sama, yaitu mengkomunikasikan penghargaan dan rasa hormat pada perbedaan pendapat merasa nyaman, yang akhirnya proses komunikasi akan berjalan dengan baik dan lancar.

Komunikasi Partisipatif

Komunikasi dan pembangunan memiliki hubungan yang sangat erat dan keduanya saling terkait. Titik pertemuan dari komunikasi dan pembangunan terletak sejak dari awal bermulanya proses perencanaan sampai dengan proses evaluasi dari suatu pembangunan. Partisipasi masyarakat dalam konteks pembangunan sebenarnya bermakna untuk menegakkan demokrasi lokal yang selama ini “terpendam” yang sebenarnya telah

dimiliki oleh masyarakat. Peran komunikator pembangunan, tidak terlepas dari kehadiran para tokoh masyarakat, pemerintah daerah, ataupun masyarakat sebagai warga setempat yang berisi ide-ide ataupun program pembangunan dan peran komunikan pembangunan, yaitu masyarakat luas, baik penduduk desa atau kota yang menjadi sasaran pembangunan.

Hedebro dalam Gugum Gumilar menyatakan 12 peran yang dapat dilakukan komunikasi dalam pembangunan antara lain: a). Komunikasi dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan membujukkan nilai-nilai sikap mental dan bentuk perilaku yang menunjang modernisasi. b). Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan baru, mulai dari baca tulis ke pertanian hingga ke keberhasilan lingkungan, hingga reparasi mobil. c). Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan. d). Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri, sehingga mengurangi biaya psikis yang ekonomis untuk menciptakan kepribadian yang mobile. e). Komunikasi meningkatkan aspirasi yang merupakan perangsang untuk bertindak nyata. f). Komunikasi dapat membantu masyarakat menemukan norma-norma baru dan keharmonisan dari masa transisi. g). Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan di tengah masyarakat. h). Komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan pada masyarakat yang bercirikan tradisional, dengan membawakan pengetahuan kepada massa.

Seperti yang diungkapkan oleh Thomas (dalam Hadiyanto, 2008:81) bahwa komunikasi partisipatif berkaitan dengan akses terhadap pembangunan dan pendekatan hak asasi manusia dalam pembangunan yang berakar dari teori Paulo Freire. Freire menegaskan bahwa secara individual atau pun bersama-sama menyuarakan kata-katanya adalah hak semua orang, bukan hanya beberapa orang saja. Partisipasi masyarakat dalam komunikasi sangat vital demi keberhasilan setiap proyek

yang ada. Didasari usaha secara sadar (melalui proses penyadaran) untuk melibatkan masyarakat dalam membangun diri sendiridan manajemen diri.

Komunikasi partisipatif merupakan suatu proses komunikasi di mana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis. Sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Rahim (dalam Muljono dan Lumintang, 2011:19), menjelaskan empat konsep yang berhubungan dengan komunikasi partisipatif, antara lain: 1). Heteroglasia merupakan sebuah konsep menunjukkan fakta bahwa sistem pembangunan dilandasi oleh berbagai kelompok dan komunitas yang berbeda-beda dengan berbagai variasi ekonomi, sosial, dan faktor budaya yang saling mengisi satu sama lain. 2). Dialog, adalah komunikasi transaksional dengan pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*) pesan saling berinteraksi dalam suatu periode waktu tertentu hingga sampai pada makna-maknayang saling berbagi. 3). Poliponi, adalah bentuk tertinggi dari suatu dialog di mana suara-suara yang tidak menyatu atau terpisah dan meningkat menjadi terbuka, memperjelas satu sama lain dan tidak menutupi satu sama lain. 4). Karnaval, konsep ini bagi pembangunan membawa semua varian dan semua ritual seperti legenda, komik, festival, permainan, parodi, hiburan secara bersama-sama. Proses ini dilakukan dengan tidak formal dan biasa juga diselingi oleh humor dan canda tawa.

Nilai penting dari komunikasi partisipatif dalam proses pembangunan tidak dapat diukur dari keterlibatan anggota secara fisik saja dalam pembangunan suatu proyek. Unsur komunikatif yang paling penting adalah lebih kepada proses dialog yang dilakukan mulai dari perencanaan sampai pada tahap evaluasi. Karena kegiatan komunikasi itu sendiri sebenarnya bukan kegiatan memberi dan menerima, melainkan “berbagi dan berdialog”. Dengan demikian daya kreatif dari anggota masyarakat melalui uraian ide dan gagasan akan membuat mereka menjadi pribadi yang aktif dalam proses pembangunan. Tujuan pokok dari komunikasi partisipatif

adalah untuk memfasilitasi partisipasi masyarakat pada semua tingkat pembangunan, dan untuk membantu mengidentifikasi dan menerapkan kebijakan (Anyaegebunam dalam Suryaningtyas, 2012)

Komunikasi partisipatif dan Pembangunan

Komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik, diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan. Komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara serta teknik penyampaian gagasan dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat luas. Aktivitas tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan dan ide-ide yang disampaikan.

Pembangunan merupakan sebuah perubahan yang berguna menuju suatu sistem sosial ekonomi yang diputuskan sebagai kehendak dari suatu bangsa. Setiap tempat atau daerah memiliki cara masing-masing dalam melaksanakan pembangunan. Konsep pembangunan yang terus berkembang mencakup suatu peranan yang berbeda dan lebih besar bagi komunikasi.

Komunikasi pembangunan harus dilihat sebagai suatu proses menyeluruh, termasuk pemahaman terhadap khalayak serta kebutuhan-kebutuhannya, perencanaan komunikasi di sekitar strategi-strategi yang terpilih, pembuatan pesan-pesan, penyebaran, penerimaan, diskusi tatap muka dan umpan balik terhadap pesan-pesan yang disampaikan dari komunikator. Konseptualisasi dari komunikasi pembangunan ini berlangsung secara dua arah melalui pendekatan komponen yang dilakukan untuk memberikan dukungan terhadap pembangunan di sebuah tempat.

Wilbur Schramm (1964) dalam Zulkarimein Nasution, merumuskan tugas pokok dalam suatu perubahan sosial dalam rangka pembangunan nasional yaitu: a). Menyampaikan kepada

masyarakat, informasi tentang pembangunan nasional, agar mereka memusatkan perhatian pada kebutuhan akan perubahan, kesempatan, dan cara membangkitkan aspirasi nasional. b). Memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengambil bagian secara aktif dalam proses pembuatan keputusan, memperluas dialog agar melibatkan semua pihak yang akan membuat keputusan mengenai perubahan, memberi kesempatan kepada pemimpin masyarakat untuk memimpin dan mendengarkan pendapat rakyat kecil, serta menciptakan arus informasi yang berjalan lancar dari bawah ke atas. c). Mendidik tenaga kerja yang diperlukan pembangunan, sejak orang dewasa, hingga anak-anak, sejak pelajaran baca tulis, hingga keterampilan teknis yang mengubah hidup masyarakat.

Media massa diketahui memiliki kekuatan mengendalikan pengetahuan khalayaknya melalui apa-apa yang disiarkan dan tidak disiarkannya. Dengan menyiarkan suatu semangat kebersamaan, dan mengikutsertakan sebanyak mungkin anggota masyarakat yang menjadi khalayaknya, media massa dapat menumbuhkan suatu apresiasi bersama di kalangan anggota masyarakat.

Landasan Teori

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Difusi Inovasi. Teori ini dikembangkan oleh Everett M. Rogers dan Shoemaker (1971). Teori ini termasuk dalam pengertian peran komunikasi secara luas dalam mengubah masyarakat melalui penyebarserapan ide-ide dan hal-hal yang baru adalah kegiatan yang dikenal dengan difusi inovasi. Difusi merupakan suatu bentuk khusus dari komunikasi, pesan-pesan yang disampaikan dalam difusi inovasi merupakan hal-hal yang baru yang dapat menimbulkan umpan balik yang berbeda bagi penerima pesan. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses di mana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama. Di dalam pesan itu terdapat ketermasaan (*newness*)

yang memberikan ciri khusus kepada difusi yang menyangkut ketakpastian (*uncertainty*). Derajat ketidakpastian seseorang akan dapat dikurangi dengan jalan memperoleh informasi (Effendy, 1993)

Model difusi inovasi banyak digunakan sebagai pendekatan dalam komunikasi pembangunan, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia atau yang lainnya. Pada masyarakat yang sedang membangun seperti di negara-negara berkembang, penyebarserapan (difusi) inovasi terjadi terus-menerus; dari suatu tempat ke tempat lain, dari suatu waktu ke waktu yang berikutnya, dan dari bidang tertentu ke bidang yang lainnya. Difusi inovasi sebagai suatu gejala kemasyarakatan berlangsung berbarengan dengan perubahan sosial yang terjadi. Keduanya saling memberikan pengaruh di mana penyebarserapan inovasi menyebabkan masyarakat menjadi berubah dan perubahan sosial pun merangsang orang untuk menemukan dan menyebarluaskan hal-hal baru.

Mengacu pada penjelasan Sendjaja (2002: 217), bahwa teori ini mencakup sejumlah gagasan mengenai proses difusi inovasi sebagai berikut : a). Teori ini membedakan tiga tahapan utama dari keseluruhan proses ke dalam tahapan *antesenden proses* dan *konsekuensi*. Tahapan yang pertama mengacu kepada situasi atau karakteristik dari orang yang terlibat yang memungkinkannya untuk diterpa informasi tentang suatu inovasi dan relevansi informasi tersebut terhadap kebutuhan-kebutuhannya. Tahapan selanjutnya berkaitan dengan proses mempelajari, perubahan sikap, dan keputusan. Di sini nilai inovatif memainkan peran penting, demiiian pula dengan norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam sistem sosialnya. b). Perlu dipisahkannya fungsi-fungsi yang berbeda dari “pengetahuan”, “persuasi”, “keputusan” dan “konfirmasi”, yang biasanya terjadi dalam tahapan proses meskipun tahapan tersebut tidak harus selesai sepenuhnya/ lengkap. Dalam hal ini proses komunikasi lainnya dapat juga diterapkan. c). Difusi inovasi biasanya melibatkan berbagai

sumber komunikasi yang berbeda (media massa, advertensi atau promosi, penyuluhan atau kontak-kontak sosial yang informal) dan efektivitas sumber-sumber tersebut akan berbeda pada tiap tahap, serta untuk fungsi yang berbeda pula. Jadi media massa dan advertensi dapat berperan dalam menciptakan kesadaran dan pengetahuan, penyuluhan berguna untuk mempersuasi, pengaruh antarpribadi berfungsi bagi keputusan untuk menerima atau menolak inovasi dan pengalaman dalam menggunakan inovasi dapat menjadi sumber konfirmasi untuk terus menerapkan inovasi atau sebaliknya. d). Teori ini melihat adanya “variable-variable penerima” yang berfungsi pada tahap pertama (pengetahuan) karena diperolehnya pengetahuan akan mempengaruhi pula dalam tahap-tahap berikutnya pada proses difusi inovasi. Ini terjadi juga dengan “*variable-variable sistem sosial*” yang berperan terutama pada tahap awal (pengetahuan) dan tahap-tahap berikutnya. (Burhan Bungin, 2014:284).

Proses Difusi Inovasi

Dalam proses penyebar serapan inovasi terdapat unsur-unsur utama yang terdiri dari kompoen-komponen sebagai berikut: 1). Inovasi 2). Yang dikomunikasikan melalui saluran tertentu. 3). Dalam suatu jangka waktu 4). Di antara para anggota suatu sistem sosial.

Dalam pandangan masyarakat terdapat atribut yang menentukan bagaimana tingkat penerimaan terhadap suatu inovasi yang didifusikan di tengah-tengah masyarakat. Penyebarserapan inovasi ini menandai setiap gagasan atau cara-cara baru seperti : 1). Keuntungan-keuntungan relatif (*relatif advantages*); yaitu apakah cara-cara atau gagasan baru ini memberikan suatu keuntungan relatif bagi merekayang 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 darimasyarakat 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 ntuk difahami, juga cenderung dirasakan merupakan tambahan beban baru. 4). Dapat dicobakan (*trialibility*); yaitu bahwa suatu inovasi akan lebih cepat diterima, bila dapat dicobakan dulu dalam ukuran kecil sebelum orang terlanjur menerimanya secara menyeluruh. Ini adalah cerminan prinsip manusia yang selalu ingin menghindari suatu resiko yang besar dari perbuatannya. 5). Dapat dilihat (*observability*); jika suatu inovasi dapat disaksikan dengan mata, dapat dilihat langsung hasilnya. Maka akan lebih mudah untuk mempertimbangkan untuk menerimanya, ketimbang bila inovasi itu berupa suatu yan abstrak, yang hanya diwujudkan dalam fikiran atau hanya dapat dibayangkan.

Penerimaan terhadap suatu inovasi oleh suatu masyarakat tidaklah terjadi secara serempak. Ada yang menanti inovasi (karena kebutuhannya), ada yang memperhatikan terlebih dahulu lingkungan sekelilingnya, ada yang yang baru menerima setelah yakin akan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh, namun ada juga yang tetap bertahan untuk tidak mau menerimanya.

Masyarakat yang menghadapi suatu penyebarserapan inovasi, oleh Rogers dan Shoemaker (1971) dikelompokan dalam golongan-golongan sebagai berikut: a). *Inovator*, yakni mereka yang memang sudah pada dasarnya menyenangi hal-hal baru, rajin melakukan percobaan-percobaan. b). *Early Adopter* (Penerima Dini), yaitu orang-orang yang berpengaruh, tempat teman-teman sekelilingnya memperoleh informasi dan merupakan orang-orang yang lebih maju dibanding orang sekitarnya. c). *Early Majority* (Mayoritas Dini), yaitu orang-orang yang menerima suatu inovasi selangkah lebih dahulu dari rata-rata kebanyakan orang lainnya. d). *Late Majority* (Mayortitas Belakangan), yakni orang-orang yang baru bersedia menerima suatu inovasi apabila menurut penilaiannya semua orang sekelilingnya sudah menerima.

e). *Laggards*, yaitu lapisan paling akhir dalam menerima suatu inovasi.

Dalam penerimaan suatu inovasi, biasanya seseorang melalui sejumlah tahapan yang disebut tahap putusan inovasi, yaitu: 1). Tahap bujukan, tahap ketika seseorang sedang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya dan kemudian disukai atau tidak. 2). Tahap putusan, tahap di mana seseorang membuat putusan apakah menerima atau menolak inovasi tersebut. 3). Tahap implementasi, tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya mengenai suatu inovasi. 4). Tahap pemastian, tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang telah diambilnya.

Model Komunikasi Partisipasi

Kerangka konsep dalam penelitian ini menggunakan model Sibernetik. D. Lawrence Kincaid dan Everett M. Rogers mengembangkan sebuah model komunikasi berdasarkan prinsip pemusatan yang dikembangkan dari teori informasi informasi dan sibernetik. Model ini muncul setelah melihat berbagai kelemahan model komunikasi satu arah yang telah mendominasi. Dalam konteks komunikasi antar manusia, Kincaid berpijak dari konsep sibernetik dengan melihat komunikasi sebagai suatu proses yang memiliki kecenderungan bergerak ke suatu titik tertentu (*convergence*). Dengan kata lain komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih saling menukar informasi untuk mencapai kebersamaan pemikiran satu sama lainnya dalam situasi di mana mereka melakukan kegiatan komunikasi.

Komunikasi sebagai suatu proses yang memusat menuju ke arah pengertian bersama, menurut Kincaid dapat dicapai meski kebersamaan pengertian pada suatu objek atau pesan tidak pernah sempurna secara penuh. Hal ini disebabkan karena tidak pernah ada dua orang yang memiliki pengalaman yang sama persis. Diantara satu dengan yang lainnya dapat dicapai kebersamaan pengertian melalui

pendekatan yang lebih berat, yaitu toleransi pada tingkat yang lebih tinggi.

Umumnya aplikasi komunikasi massa yang utama berkaitan dengan proses adopsi inovasi (hal-hal/nilai baru). Hal ini sangat relevan baik pada masyarakat yang sedang berkembang maupun masyarakat yang sudah maju. Kondisi perubahan sosial dan teknologi dalam masyarakat melahirkan kebutuhan yang dapat menggantikan metode lama dengan metode yang baru.

Peneliti meneliti bagaimana inovasi atau informasi baru tersebar pada unit-unit adopsi (penerima inovasi). Inovasi berupa berita, peristiwa, pesan-pesan politik, gagasan baru dan sebagainya. Seberapa jauh media massa atau saluran interpersonal mempengaruhi efek difusi ditentukan oleh variabel antara, yang dalam model ini disebut anteseden.

Difusi mengacu pada penyebab informasi baru, inovasi, atau proses baru ke seluruh masyarakat. Adopsi mengacu pada reaksi positif orang terhadap inovasi dan pemanfaatannya. Dalam proses adopsi, William MCEwen (1975) mengidentifikasi tiga tahap umum. 1). Pada tahap akuisisi (perolehan) informasi, orang memperoleh dan memahami informasi tentang inovasi. 2). Pada tahap evaluasi informasi, orang mengevaluasi informasi tentang inovasi. 3). Pada tahap adopsi atau penolakan, orang mengadopsi (melaksanakan) atau menolak inovasi. Dengan demikian bahwa orang tidak memilih untuk mengadopsi atau menolak inovasi pada waktu yang bersamaan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif yang di dalamnya memaparkan sebuah model kajian deskriptif kualitatif melalui pengamatan langsung (*participatory research*), wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan field observation. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, pengamatan dan menyimpulkan pendapat dari individu atau kelompok orang selama melakukan observasi di lapangan. Pengumpulan data juga

dikombinasikan dengan tinjauan literasi yang berkaitan dengan buku-buku, catatan atau arsip lain yang dapat menunjang kelengkapan penulisan penelitian ini

Ada beberapa pihak yang terkait dan dilibatkan dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Diantaranya pemilik lembaga kursus, tokoh masyarakat, beberapa pengajar dan siswa yang menjadi peserta dalam proses pengajaran bahasa Inggris di berbagai lembaga kursus, pelaku bisnis yang ada di kampung Inggris Pare, Kediri serta para alumni dari berbagai kalangan yang pernah belajar bahasa Inggris dan menjadi murid di kampung Inggris Pare, Kediri Jawa Timur. Proses analisa data dilakukan melalui tahapan-tahapan pengumpulan data. Data yang masih mentah dan belum diklasifikasikan akan diolah dan kemudian diklasifikasikan sesuai dengan tema yang akan diteliti. Secara teknis untuk data yang berasal dari dokumentasi, proses analisa data dilakukan dengan mengkaji dan memahami isi dokumen sebelum dituangkan menjadi kalimat-kalimat yang akan dijelaskan pada penelitian. Dari data-data dan dokumen yang dikumpulkan dan “diterjemahkan” kemudian akan disajikan ke dalam pemaparan narasi dalam bentuk deskriptif dimana akan digambarkan secara terbuka selama proses penelitian yang dilaksanakan. Termasuk di dalamnya kendala-kendala yang dihadapi ketika penelitian berlangsung hingga telah ditemukannya permasalahannya pada penelitian dan data yang didapat sudah mencapai titik jenuh. Analisa data akan digunakan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan sebagai gambaran penelitian. Data-data hasil wawancara tersebut yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan menjadi jawaban pada rumusan masalah penelitian ini.

TEMUAN DAN DISKUSI

Pare adalah sebuah kecamatan di Kabupaten

Kediri, Provinsi Jawa Timur. Pare terletak 25 km sebelah timur laut Kota Kediri, atau 120 km barat daya Kota Surabaya. Pare berada pada jalur Kediri-Malang dan jalur Jombang-Kediri serta Jombang-Blitar Daerah ini dikenal dengan Kampung Inggris. Nama ini muncul karena banyaknya lembaga-lembaga pelatihan bahasa Inggris yang dikembangkan di daerah ini. Sudah lama ada wacana Pare dikembangkan menjadi ibu kota Kabupaten Kediri, yang secara berangsur-angsur dipindahkan dari Kota Kediri. Kota Pare yang berada pada ketinggian 125 meter di atas permukaan laut ini mempunyai udara yang tidak terlalu panas.

Awal berdirinya kursus bahasa Inggris di Pare ini tidak lepas dari peran orang yang bernama M. Kalend Osen. Pak Kalend adalah orang dari Sebulu, Tenggarong, Kalimantan Timur.

Saat ini lebih banyak bermunculan berbagai jenis bimbingan belajar terutama kursus-kursus Bahasa Inggris. Lebih dari 20 buah lembaga bimbingan belajar menawarkan kursus Bahasa Inggris dengan program program D2, D1 atau short course untuk mengisi waktu liburan.

Kampung Inggris yang kini telah berkembang menjadi menjadi kampung bahasa, atau ada juga yang menyebutnya kampung kursus, merupakan salah satu potensi yang terdapat di kota Pare dan telah dikenal oleh masyarakat luas, tak hanya di Indonesia namun juga dikenal sampai di luar negeri. Kampung bahasa adalah sebuah perkampungan yang di dalamnya terdapat tempat kursus-kursus bahasa asing. Kampung ini berawal dari sebuah interaksi dan tradisi masyarakat Desa Tulungrejo dan Desa Pelem dalam usahanya belajar bahasa asing. Kampung bahasa berdiri secara alami, dalam artian tidak ada intervensi atau campur tangan pemerintah dalam menciptakan kampung bahasa ini. Kegiatan belajar di Kampung Bahasa ini memang sengaja dikonsepsi dengan gaya pembelajaran berbasis rumah. Jadi peserta kursus bisa belajar di emperan, di gubuk, di halaman rumah, bahkan ada yang di bawah pohon. Suasana-suasana yang seperti ini yang tidak pernah dijumpai di pelatihan bahasa

inggris yang lain.

Untuk saat ini, kondisi di kampung bahasa semakin lama semakin berkembang. Tidak hanya bahasa inggris saja yang dipelajari di lokasi tersebut, namun juga bahasa arab, bahasa perancis, bahasa jerman, bahasa jepang, bahasa korea, dan bahasa mandarin. Istilah kampung inggris sebenarnya kurang sesuai jika diterapkan pada kondisi saat ini, karena kampung inggris yang ada sekarang, menjadi lebih global dengan tambahan bahasa asing yang diajarkan, dan lebih tepatnya bisa disebut dengan kampung bahasa. Dari situ munculah sebuah forum yang menamakan dirinya sebagai forum kampung bahasa, Forum ini lahir, dari kepedulian aktivis kampung inggris untuk mempertahankan tradisi belajar bahasa inggris di wilayah Pare dan sekitarnya. Bergerak secara dinamis dan independent dalam rangka mengembangkan kampung bahasa agar lebih dinamis, dan bisa bersinergi dengan masyarakat desa. Dari forum kampung bahasa inilah, pemerintah kabupaten Kediri bisa mengkomunikasikan peran sertanya dalam mengakomodir keperluan-keperluan kampung bahasa Pare untuk membangun *brand* yang melambangkan kota Pare dan Kabupaten Kediri.

Komunikasi Partisipatif Masyarakat Kampung Inggris

Untuk mewujudkan sebuah perubahan melalui komunikasi, tidak terlalu sulit, namun tidak juga tergolong mudah. Perubahan dapat dirasakan mudah dan dapat diterima dengan tangan terbuka mana kala masyarakat dapat menghargai kebutuhan akan informasi dan selalu mencari informasi yang baru. Namun di lain sisi, ada pula kekhawatiran terhadap perubahan yang akan dihadapi, terutama yang berkaitan dengan nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku yang telah dijunjung tinggi dapat dengan mudah memudar karena efek dari adanya perubahan.

Kampung Inggris dapat dikatakan sebagai kampung peradaban yang bisa menyatukan kumpulan manusia dari berbagai daerah di Indonesia, bahkan beberapa warga negara lain

yang sama-sama memiliki tujuan yang sama, yaitu melaksanakan program belajar bahasa inggris. Berkat kerja sama yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mendukung kemajuan kampung inggris sehingga kemajuan dan perkembangannya bisa dirasakan oleh seluruh masyarakat baik lokal maupun pendatang.

Jalinan komunikasi partisipasi yang dilakukan masyarakat desa setempat untuk kemajuan kampung inggris dapat ikut dirasakan oleh pendatang tanpa harus merasakan terbebani dengan peraturan yang harus diikuti selama berada di kampung Inggris. Ada hal-hal yang harus ditaati oleh seluruh masyarakat agar tetap memegang norma-norma dan nilai-nilai yang telah menjadi kebiasaan, mau tidak mau, suka tidak suka. Berbagai pendekatan melalui informasi dilakukan untuk mempermudah menyamakan makna melalui komunikasi yang dilakukan agar dapat dipahami.

Komunikasi Masyarakat Memperkenalkan Kampung Inggris

Untuk memperkenalkan kampung Inggris kepada masyarakat luas di seluruh Indonesia berbagai macam cara telah dilakukan. Ada informasi yang dilaukan melalui informasi dari mulut ke mulut dengan mendapatkan cerita dan pengalaman yang pernah diikuti selama berkunjung ke kampung Inggris.

Media juga sangat berperan penting dalam memperkenalkan kampung Inggris, baik media lokal setempat maupun media nasional yang pengauhnya sangat luas untuk diketahui masyarakat di luar wilayah kampung Inggris, Pare Kediri, Jawa Timur.

Peran pemerintah setempat yang mendukung adanya kegiatan yang dilaukan di kampung inggris, juga memberikan sumbangsih melalui bentuk kerjasama yang dilakukan berbagai macam pihak serta diberikannya kesempatan dengan mudah bagi warganya untuk mengembangkan wilayah kampung Inggris sampai menjadi terkenal ke seluruh wilayah di Indonesia. Dengan adanya jalinan kerjasama yang baik, keuntungan bagi warga setempat dapat dirasakan dan berpengaruh terhadap

kehidupan secara pribadi maupun secara sosial masyarakat.

Perkembangan kemajuan kampung Inggris sudah semakin dikenal luas. Sebuah perubahan telah terjadi di sana dengan munculnya terobosan inovasi yang dilakukan oleh sejumlah masyarakat yang menginginkan daerahnya menjadi tempat yang dapat dikunjungi dan memberikan keuntungan kepada seluruhnya.

Kampung Inggris, Pare Kediri sudah dapat dikatakan sebagai sebuah kampung peradaban yang telah melakukan sebuah perubahan dan berkembang dengan pesat sampai dengan saat ini. Hampir setiap bulannya, dengan program dan jadwal belajar yang sudah ditentukan mampu mendatangkan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama dari berbagai wilayah di Indonesia bahkan negara tetangga, yaitu belajar bahasa Inggris secara intensif.

Peran serta dan dukungan dari masyarakat setempat sangat berpengaruh terhadap lajunya pertumbuhan ekonomi daerah yang dapat dirasakan. Dengan memfasilitasi segala kebutuhan yang diperlukan bagi para pendatang sebagai penduduk sementara agar dapat terpenuhi. Persaingan bisnis secara kompetitif juga dapat dirasakan oleh para pengusaha lokal sebagai pelaku bisnis.

Perkembangan kampung Inggris juga dimaksudkan agar para pendatang yang dengan sengaja mengunjungi kampung Inggris mendapatkan kemudahan memenuhi kebutuhannya. Baik kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani dan kesenangan.

Selain perkembangan kampung Inggris, yang juga menjadi perhatian adalah peraturan yang berlaku selama pendatang sementara berada di wilayah lingkungan kampung Inggris. Masyarakat setempat memiliki kebiasaan yang harus dipatuhi oleh para pendatang agar tidak melanggar nilai dan norma adat istiadat setempat. Hal ini dilakukan juga untuk tetap menjaga nama baik kampung Inggris agar tidak dianggap negatif. Sangat diperlukan kontrol dari masyarakat setempat agar kampung Inggris mendapat kepercayaan sebagai kampung yang bermartabat dan mengedepankan nilai dan

norma yang berlaku di masyarakat setempat.

Dari sisi persaingan bisnis di luar lembaga kursus, seperti sewa menyewa lahan untuk dijadikan tempat usaha menjadi hal yang sangat diperhitungkan. Untuk membuka sebuah usaha di kampung Inggris, dibutuhkan modal yang tidak sedikit karena harga sebuah lahan di kampung Inggris cukup tinggi dengan tingkat bersaing yang tinggi juga. Sebagai pelaku bisnis, harus pandai mengambil peluang dengan mencermati apa saja yang menjadi kebutuhan para pendatang yang dapat mendatangkan keuntungan.

Pembahasan

Sesuatu hal yang dianggap baru akan menimbulkan keingintahuan masyarakat untuk mengetahuinya dan cenderung akan mensosialisasikannya dengan cara menyebarkannya kepada orang lain. Seseorang yang menemukan sesuatu, menginginkan orang lain mengetahuinya dengan menyebarkan informasinya melalui informasi dengan menggunakan media untuk memperkenalkan penemuan baru tersebut karena media dapat dianggap mempunyai pengaruh yang kuat dalam menyebarkan informasi penemuan baru. Dengan demikian diantara penemu, pemakai dan media akan sama-sama diuntungkan.

Pengetahuan

Berdirinya kampung Inggris atas prakarsa Mr. Kalend menjadi sebuah terobosan baru bagi sebuah kampung yang jauh dari kesan modernitas namun bisa menghadirkan sesuatu yang sangat bermanfaat bagi seluruh masyarakat sekitar. Ada dampak positif yang bisa dirasakan oleh masyarakat untuk sekedar berkontribusi atas perubahan yang terjadi akibat adanya inovasi sebuah kampung yang bisa menjadikan lingkungannya dengan kondisi yang bisa diterima. Dukungan dan peran serta masyarakat ikut mempengaruhi kemajuan kampung Inggris sehingga bisa dikenal oleh masyarakat di luar dari berbagai daerah di Indonesia.

Persuasi

Setelah mendapatkan dukungan dari Masyarakat setempat untuk memajukan kampung Inggris, selanjutnya ada kesepakatan-kesepakatan yang harus dijalani untuk kesiapan menerima kunjungan orang-orang dari berbagai daerah. Selain keramahan dan sopan santun yang harus dikedepankan, menjaga kenyamanan para pendatangpun harus dilakukan.

Kerjasama yang dijalin bukan hanya dihimbau kepada penduduk setempat saja, melainkan juga kepada para pendatang yang akan menjalani kegiatan kursus di kampung Inggris. Lembaga kursus ikut bertanggung jawab terhadap kegiatan yang dilakukan para peserta didiknya selama masih dilakukan di lingkungan kampung Inggris. Ada peraturan juga yang harus dipatuhi.

Dalam kehidupan masyarakat, untuk mendapatkan suatu kesepakatan atas apa yang dianggap baik untuk kenyamanan di dalam lingkungannya, perlu adanya komunikasi yang harus dimengerti oleh berbagai pihak, dengan tujuan mengajak masyarakat dalam hal bekerjasama untuk kemajuan kampung Inggris.

Keputusan

Dukungan dari masyarakat sekitar untuk kemajuan sebuah tempat juga memerlukan tindakan yang dilakukan oleh penduduknya. Dengan cara melibatkan diri mereka ke dalam bagian partisipasi lingkungan kampung Inggris dengan memfasilitasi pemenuhan kebutuhan yang akan dicari oleh para pendatang yang akan melakukan kegiatan selama di kampung Inggris.

Penyebaran informasi terhadap sesuatu hal yang baru dapat bergerak cepat sehingga menimbulkan sebuah perubahan dalam kehidupan masyarakat. Apalagi jika ada dukungan aktif yang bersinergi untuk memiliki tujuan yang sama memajukan lingkungan daerahnya dan bekerjasama sehingga menimbulkan keuntungan yang bisa dirasakan.

Konfirmasi

Proses komunikasi melalui penyebaran

informasi dilakukan salah satunya untuk memecahkan ketidakpastian. Bagi masyarakat yang telah mendukung adanya perubahan, sangat mudah untuk membuat suatu keputusan yang dianggap bisa mempengaruhi lingkungan sekitarnya ke arah yang lebih baik lagi dan memicu untuk melakukan sebuah kreatifitas baru agar bisa mengikuti perkembangan lingkungan sesuai dengan zaman yang berjalan. Bukan hanya sebuah kreatifitas membangun wilayahnya yang menjadikan kampung Inggris dapat berkembang dengan cepat dan bisa dikenal di Indonesia. Namun persaingan bisnis antar lembaga kursus juga memacu kreatifitas para pemiliknya untuk berkompetisi secara promosi bagaimana mereka mendapatkan daya tarik bagi calon siswa kursus dalam mencari tempat belajar, karena banyak pilihan dengan keunggulannya masing-masing

SIMPULAN

Berdasarkan apa yang telah dijabarkan pada penulisan penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi partisipatif untuk memperkenalkan kampung Inggris, Pare Kediri dilakukan secara bersinergi melalui kerjasama yang baik dari berbagai pihak agar dapat berjalan efektif dan tujuannya tercapai. Berbagai informasi yang disampaikan baik melalui media ataupun tanpa media sangat mempengaruhi perkembangan kampung Inggris. Pengalaman para pendatang yang pernah mengunjungi kampung Inggris membawa kesan yang baik sehingga banyak orang juga ingin ikut merasakan suasana kampung Inggris. Selain media massa maupun media lokal ikut juga memperkenalkan kampung Inggris melalui liputannya dan narasinya. Kampung Inggris Pare, Kediri telah menunjukkan keberhasilan perkembangan daerahnya dengan ciri khas yang berbeda dengan daerah lain, namun mempengaruhi jumlah minat kunjungan yang cukup pesat. Dengan demikian berbagai keuntungan dapat dinikmati oleh berbagai pihak baik dari pemerintah daerahnya dan masyarakatnya.

Pemerintah daerah harus lebih mendukung

pembangunan yang dilakukan di lingkungan daerah Pare, Kediri melalui kunjungan kerja secara langsung dan menjalin dialog dengan masyarakat penduduk dan masyarakat pendatang agar dinilai adanya perhatian dari pihak yang berwenang. Perlu adanya penelitian lebih lanjut lagi mengenai perkembangan selanjutnya mengenai kampung Inggris Pare, Kediri yang berkaitan dengan komunikasi pembangunan untuk menemukan lagi hal-hal baru yang belum diketahui pada penelitian sebelumnya. Kerja sama sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan baik dengan seluruh lapisan masyarakat yang terkait, sehingga keberadaan kampung Inggris sebagai suatu tempat yang dipilih oleh para pendatang untuk dikunjungi semakin ingin untuk dikunjungi lagi selanjutnya dan dapat disebarluaskan lagi informasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrial, Haji. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aw, Sunarto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Budiargo, Dian, 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan, 2007. *Metode Penelitian Kualitatif, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenatal Media Grup.
- Bungin, Burhan, 2001. *Metode Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Effendi, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adi Bakti.
- Effendi, Onong Uchjana, 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hikmat, M Mahi, 2014. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kottler, Philip, 2008. *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Littleton, Sthephen, W and Karen A Foss, 2008. *Theori of Human Communication 9th Edition*, USA: Thomson Higher Education.
- Lexy, Moleong J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mc.Qualil, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*, Alih Bahasa Agus Dharma, Aminudin Ram. Jakarta: Erlanga.
- Morisan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Nawawi, Ismail. 2009. *Pembangunan dan Problem Masyarakat*, Putra Media Nusantara, Surabaya
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Primarni, Amri. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.
- Santoso, Edi dan Setainsah Mite. 2012. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Satriani, I, 2015, *Komunikasi Partisipatif Pada Program Pos Pemberdayaan Keluarga (Studi Kasus di RW.05 kelurahan Situ Gede Bogor Barat)*, Institut Pertanian Bogor, Vol.9 No.2
- Wahyuni, Isti Nursih. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.