



## STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI RARE DALAM PROGRAM FISH FOREVER TERHADAP ISU KESEJAHTERAAN NELAYAN DI INDONESIA

Angi Nur Salsabila

Jurusan Ilmu Komunikasi Korporat, Universitas Paramadina

[angi.salsabila@students.paramadina.ac.id](mailto:angi.salsabila@students.paramadina.ac.id)

### Abstract (English)

Communication Management Strategy is how people manage the communication process in relation to others in the context of communication. The importance of Communication Management in organizations is that managerial activities carried out by managers require communication. This is because managerial effectiveness cannot be improved without the support of the knowledge and communication skills of the manager because by communicating well, organization will be able to work with groups. Rare is an international non-governmental organization that has a program called Fish Forever that aims to revitalize the world's coastal fisheries. Rare applies good Communication Management to the program so that the Fish Forever program is well conveyed to the Government in Indonesia & the people in Indonesia. From the success of the Communication Management, Rare got a very good reputation so that Rare never got a bad reputation.

### Article History

Submitted: 21 June 2024

Accepted: 30 June 2024

Published: 1 July 2024

### Key Words

Communication Management, Communication Management Strategy, Public Relations, Non-governmental Organization.

### Abstrak (Indonesia)

Strategi Manajemen komunikasi adalah bagaimana cara orang mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam konteks komunikasi. Pentingnya adanya Manajemen Komunikasi dalam organisasi adalah bahwa aktivitas manajerial yang dijalankan oleh manajer memerlukan adanya komunikasi. Sebab, efektivitas manajerial tidak dapat ditingkatkan tanpa didukung pengetahuan dan keterampilan berkomunikasi yang dimiliki manajer sebab dengan berkomunikasi yang baik dia akan dapat bekerjasama dengan kelompok. Rare merupakan Organisasi Non Pemerintah berskala Internasional yang memiliki program yang disebut Fish Forever yang bertujuan untuk merevitalisasi perikanan pesisir dunia. Rare menerapkan Manajemen Komunikasi yang baik pada program tersebut sehingga program Fish Forever tersampaikan secara baik kepada Pemerintah di Indonesia & masyarakat di Indonesia. Dari keberhasilannya Manajemen Komunikasi tersebut, Rare mendapatkan reputasi yang sangat baik sehingga Rare tidak pernah mendapatkan reputasi buruk.

### Sejarah Artikel

Submitted: 21 June 2024

Accepted: 30 June 2024

Published: 1 July 2024

### Kata Kunci

Manajemen Komunikasi, Strategi Manajemen Komunikasi, Public Relations, Organisasi Non-Pemerintah.

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia, dengan garis pantai terpanjang kedua, kawasan hutan bakau yang luas, dan hamparan terumbu karang terbesar kedua di dunia. Hampir dua juta nelayan dan perikanan pesisir merupakan bagian penting dari warisan budaya dan perekonomian negara ini, dimana nelayan skala kecil bergantung pada daerah dekat pantai untuk





mendapatkan makanan dan pendapatan. Praktik penangkapan ikan yang tidak berkelanjutan, peraturan yang lemah, tata kelola yang buruk, degradasi habitat, dan faktor eksternal seperti perubahan iklim mengancam perikanan pesisir ini. Hal ini mengganggu stabilitas pembangunan nasional dan membahayakan perekonomian Indonesia, ketahanan pangan, dan penghidupan nelayan pesisir.

Praktik penangkapan ikan yang tidak berkelanjutan dan tidak diatur dengan baik, penegakan hukum dan tata kelola yang buruk, degradasi habitat ikan yang penting, dan pemicu stres eksternal seperti perubahan iklim sangat mengancam perikanan pesisir yang menjadi sandaran komunitas nelayan pesisir Indonesia. Menurunnya sektor perikanan mengganggu stabilitas upaya pembangunan nasional dan menimbulkan ancaman nyata terhadap perekonomian Indonesia, serta ketahanan pangan dan penghidupan jutaan orang. Masyarakat Indonesia yang pertama kali merasakan dampak dari berkurangnya sumber daya ini adalah nelayan pesisir beserta keluarga dan komunitasnya.

Rare merupakan pemimpin global dalam mempercepat perubahan sosial bagi manusia dan alam. Selama 50 tahun, di 60 negara, Rare telah mendukung jutaan orang dan ribuan komunitas untuk mengubah perilaku dan praktik mereka guna melindungi planet kita bersama. Rare berkomitmen untuk memastikan kesejahteraan dan kemakmuran semua kehidupan di bumi. Untuk mencapai hal ini, Rare fokus pada penanganan perubahan iklim, perlindungan keanekaragaman hayati, pengamanan sistem pangan, peningkatan kesetaraan dalam konservasi, dan penggalangan dana publik dan modal swasta menuju hasil lingkungan yang lebih baik, dan beberapa prioritas lainnya. Salah Satu program Rare yang berhasil dijalankan adalah Program Fish Forever. Fish Forever adalah program global untuk merevitalisasi perikanan pesisir dunia. Melalui Fish Forever di Indonesia, Rare mendukung masyarakat pesisir dan pemimpin lokalnya untuk melindungi, memulihkan, dan mengelola perairan pesisir dan habitat tempat kita semua bergantung. Fish Forever adalah jaringan global yang terdiri dari lebih dari 100 staf, 150 mitra lokal, 1.700 komunitas pesisir, 160.000 nelayan, lebih dari 150 walikota dan pemimpin pemerintah daerah, serta donor dan mitra berdedikasi yang bekerja sama untuk menjamin masa depan laut pesisir kita. Mitra yang bekerjasama dengan Rare yang ada di Indonesia adalah Kementerian Kelautan dan Perikanan, pemerintah provinsi dan kabupaten, departemen pemerintah daerah, asosiasi nelayan dan nelayan, universitas, LSM, dan kelompok masyarakat sipil lainnya.

Agar program tersebut berjalan dengan baik dan membuahkan hasil yang positif pada negara dan organisasi maka perlu diterapkan strategi manajemen komunikasi yang baik. Dalam penelitian ini, bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Rare menerapkan strategi manajemen komunikasi dalam program Fish Forever terhadap kesejahteraan nelayan di Indonesia. Karena strategi Manajemen Komunikasi merupakan suatu proses yang sistematis untuk merencanakan, melaksanakan, melakukan pemantauan, dan mengevaluasi semua aktivitas komunikasi dalam suatu organisasi yang tujuannya adalah untuk mencapai tujuan suatu organisasi secara efektif dan efisien melalui komunikasi yang terencana dan strategis.





## Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi manajemen komunikasi Rare dalam program Fish Forever terhadap isu kesejahteraan nelayan di Indonesia?
2. Bagaimana perencanaan, pengaturan, menggerakkan, dan pengendalian manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Rare?

## Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengkaji bagaimana manajemen komunikasi Rare pada program Fish Forever terhadap isu kesejahteraan nelayan di Indonesia.

## Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini untuk mengetahui bagaimana manajemen komunikasi Rare pada program Fish Forever terhadap isu kesejahteraan nelayan di Indonesia.

## KAJIAN PUSTAKA

### Teori Strategi Manajemen Komunikasi

Strategi Manajemen komunikasi secara tradisional mencakup upaya perencanaan komunikasi eksternal organisasi, seperti hubungan media, manajemen masalah, dan komunikasi krisis. Komunikasi dengan publik internal sebelumnya terbatas pada pengelolaan dan produksi konten informasi untuk situs web internal (intranet), buletin, dan majalah internal, sedangkan komunikasi karyawan secara tradisional menjadi tanggung jawab manajer. Namun, pengembangan dan perluasan fungsi manajemen komunikasi telah menghasilkan penggabungan tanggung jawab untuk perencanaan strategis dan manajemen komunikasi karyawan dan komunikasi perubahan (Grandien & Johansson, 2012).

Dengan menggunakan "manajemen komunikasi", koordinasi akan menonjol sebagai konsep kunci, dan hubungan intinya dengan pengorganisasian. Manajemen komunikasi harus dilihat sebagai konsep multidimensi dari fungsi manajerial, operasional, pembinaan dan reflektif dalam atau untuk suatu organisasi, bukan hanya sebagai fungsi profesional manajer dan teknisi. Manajemen komunikasi dapat dipandang sebagai salah satu cara untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu organisasi atau pengorganisasian, dengan cara yang sama keuangan menggambarkan dan menjelaskan organisasi dari perspektif keuangan, atau pemasaran dari perspektif pasar.

Manajemen adalah ilmu dalam menyelesaikan pekerjaan dengan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengendalian serta kepemimpinan (Raharjaputra, Hendra, 2011). Dalam dunia manajemen komunikasi yang baik sangat dibutuhkan, agar kerjasama antar bagian dapat terlaksana dengan baik pula. Sedangkan Komunikasi berasal dari bahasa Inggris, yaitu "Common" yang berarti sama. Hal ini berarti, bahwa Komunikasi memiliki arti berusaha untuk mencapai tujuan





yang sama. Atau dengan kata lain, bahwa melalui komunikasi kita dapat berbagi informasi, gagasan dan berbagi sikap kita kepada orang lain (Bimo, 2017). Oleh karena itu, dapat disimpulkan, bahwa manajemen komunikasi sebagai suatu perencanaan yang sistematis, penerapan, pemantauan serta revisi dari seluruh saluran komunikasi dalam suatu perusahaan atau organisasi.

Pada umumnya diadakannya manajemen komunikasi bertujuan agar setiap anggota dapat berinteraksi dengan baik, sehingga setiap dari mereka memahami dan mengerti bagaimana cara berkomunikasi dengan baik. Selain itu, manajemen komunikasi juga dapat dijadikan sarana informasi yang membentuk cara orang lain dalam berinteraksi, sehingga tujuan manajemen komunikasi dalam mengembangkan bentuk interaksi yang profesional, memiliki toleransi yang tinggi, saling bekerja sama, saling menghargai dan mendapatkan sudut pandang yang lebih menguntungkan bisa terwujud. Dalam proses komunikasi, dijelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses sosial yang mentransmisikan dan menyampaikan informasi baik berupa ide-ide atau gagasan untuk memengaruhi orang lain. Agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif maka pembicara atau komunikatornya hendaklah mampu mengatur aliran pemberitaan ketiga arah, yaitu atas, bawah dan samping atau mendatar (Janner Simarmata, Romindo, Surya Hendra Putra, Muhammad Noor Hasan Siregar and Dina Chamidah, Bonaraja Purba, 2020).

Dalam proses komunikasi ada beberapa ketentuan yang harus diperhatikan baik dari pemberi informasi ataupun pada penerima informasi, antara lain:

1. Komunikasi memiliki suatu arti. Suatu pesan atau stimulus selalu ditujukan kepada sekelompok orang tertentu.
2. Komunikator berkeinginan menimbulkan suatu respon kepada penerima yang sesuai dengan maksud yang dibawakan oleh pemberi pesan tersebut.
3. Suatu komunikasi dinyatakan berhasil jika respon yang timbul pada penerima, sesuai dengan maksud komunikasi.

Pada penelitian ini akan membahas dengan menggunakan fungsi manajemen menurut George R. Terry yang terdiri dari empat fungsi yaitu, Planning, Organizing, Actuating, & Controlling.

## **Teori Public Relations**

Dalam sistem manajemen komunikasi, hubungan komunikasi dua arah (two ways communication) tersebut merupakan alat memperlancar pemahaman yang tepat dalam hal penyampaian pesan dan informasi. Menurut Lawrence D. Brennan dalam bukunya *Business Communication*, Adam & Co, Paterson, New Jersey, (1960) mengatakan manajemen komunikasi pada intinya merupakan *Management is communication system* (manajemen sebagai sistem komunikasi). Peranan komunikasi tersebut di dalam suatu aktivitas manajemen organisasi/lembaga masa kini atau perusahaan atau organisasi besar biasanya diserahkan atau dilaksanakan oleh pihak *public relations / Humas*. Dari peranan yang dilaksanakan tersebut,



pejabat humas akan melakukan fungsi-fungsi manajemen perusahaan, secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai berikut:

- Communicator. Artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (spoken person) atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader.
- Relationship Kemampuan peran PR/Humas membangun hubungan yang positif antar Lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.
- Back Up Management. Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan/organisasi.
- Good Image Maker. Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi, dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas Public Relations dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi dan produk yang diwakilinya.

Dr Rex Harlow dalam bukunya berjudul: *A Model for Public Relations Education for Profesional Practices* yang diterbitkan oleh International Public Relations Association (IPRA) 1978, menyatakan bahwa definisi dari Public Relations adalah “Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan / permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai saran utama”.

Public relations sesungguhnya sebagai alat manajemen modern secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi. Artinya PR/Humas bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut menjadikan Humas/PR dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi/lembaga yang diwakilinya dengan publiknya. Peranan ini turut menentukan sukses atau tidaknya misi, visi dan tujuan bersama dari organisasi/lembaga tersebut.



## Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa poin dari penelitian terdahulu:

1. Strategi Manajemen Komunikasi Media Online Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online (Reni Mustikasari, Kiki Zakiah, & Safutra Rantona tahun 2021) Penelitian ini membahas tentang Cerdik Indonesia memiliki strategi manajemen komunikasi bisnis meliputi tahap planning, organizing, actuating dan controlling semua strategi tersebut dilakukan oleh Rio Kurniawan sebagai Pimpinan Redaksi dengan menggunakan komunikasi yang baik. Komunikasi menjadi dasar yang kuat untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik, sehingga perusahaan Cerdik Indonesia ini bisa bertahan dan mampu bersaing dengan media online kompetitor.
2. Strategi Manajemen Komunikasi J&T Express Di Garut (Indriana Sri Mulyani) Penelitian ini membahas tentang Analisis situasi yang dilakukan J&T Garut dalam perencanaan strategi sudah cukup baik, karena J&T Express membuat strategi yang dapat memikat pelanggan untuk kembali datang agar menggunakan jasa ekspedisi atau pengiriman paket. Analisis strategi ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan agar perusahaan tersebut dapat mencapai tujuannya, hal ini telah dilakukan oleh J&T Express, terbukti dengan banyaknya pelanggan yang kembali datang dan merasa senang menggunakan jasa ekspedisi ini.
3. Strategi Manajemen Komunikasi Pada Bogor Ngariung (Robby Firliandokola, Muhammad Luthfie, & AA Kusumadinata tahun 2018). Penelitian ini membahas tentang Hubungan antar anggota yang baik merupakan kegiatan komunikasi organisasi yang baik dan perlu diperkuat dengan kegiatan pertemuan langsung atau Ngariung Komunitas dan pemilihan media komunikasi yang sesuai. Rasa puas dari anggota terhadap komunitas Bogor Ngariung dinampakkan dalam jejaring atau dapat mengenal satu sama lain, faktor pendorong yang paling mendominasi adalah peran manajer, kecukupan informasi, integrasi sesama anggota, Strategi manajemen Bogor Ngariung untuk memberikan kepuasan kepada anggota diwujudkan melalui jejaring dan integrasi sesama anggota dengan mengoptimalkan penggunaan media komunikasi.

## Poin – Poin Yang Membedakan Dengan Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, terdapat beberapa Poin yang membedakan dari penelitian sebelumnya, yaitu:

1. Pada penelitian ini akan membahas lebih dalam bagaimana Strategi Manajemen Komunikasi diterapkan hingga masyarakat dapat mengetahui keberhasilan dari hasil Strategi Manajemen Komunikasi yang dipublikasikan oleh PR Rare dalam website.



2. Pada penelitian ini menggunakan teori Strategi Manajemen Komunikasi, & Public Relations.
3. Pada penelitian ini, tidak hanya membahas bagaimana Manajemen Komunikasi diterapkan, tetapi akan dibahas juga analisis dari Strategi Manajemen Komunikasi PR.

## METODOLOGI

### Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah tipe deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran objektif (penjelasan) terhadap suatu fenomena tertentu. Penelitian deskriptif memberikan peneliti berbagai informasi tentang situasi sosial yang berbeda, misalnya untuk menggambarkan karakteristik spesifik dari sampel atau populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini pertanyaan penelitian sudah jelas, namun konsep yang digunakan perlu dipastikan. Penelitian dirumuskan dengan menggunakan metode deskriptif, yang melibatkan analisis dan interpretasi makna data yang dikumpulkan.

### Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Pendekatan Kualitatif. Menurut (Moleong, 2013) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Rita Fiantika, 2022).

Tujuan penelitian kualitatif berdasarkan kegunaannya di bidang pendidikan yaitu:

1. Mendeskripsikan proses kekuatan pendidikan berdasarkan apa yang terjadi di lapangan. Hal tersebut dilakukan lebih lanjut sebagai bahan untuk mengenali dan menemukan kekurangan atau kelemahan sebuah fenomena di bidang pendidikan sehingga dapat diupayakan penyempurnaannya melalui temuan dalam penelitian kualitatif.
2. Menganalisis dan menafsirkan temuan fakta, gejala, masalah dan peristiwa yang sedang terjadi di lapangan secara alami pada konteks waktu tertentu. Menyusun hal-hal yang berkenaan dengan konsep, prinsip-prinsip pendidikan berdasarkan data dan informasi yang diperoleh di lapangan secara induktif, untuk kepentingan pengujian lebih lanjut melalui pendekatan penelitian kualitatif (Sudjana, 2001).

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Studi Kasus. Penelitian studi kasus adalah penyelidikan penelitian empiris yang mengeksplorasi fenomena kehidupan nyata





(Bungin, 2001). Jenis studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis studi kasus intrinsik. Studi kasus intrinsik merupakan studi kasus digunakan untuk memahami lebih mendalam suatu kasus tertentu karena alasan peneliti yang ingin memahami dan mengetahui lebih dalam secara intrinsik suatu fenomena tertentu. Keteraturan dan kekhususan kasus juga menjadi alasan seorang peneliti memilih penelitian studi kasus dan bukan karena alasan eksternal lainnya.

## Subjek Penelitian

Subjek penelitian merujuk pada individu, kelompok, atau entitas yang menjadi fokus dari sebuah penelitian ilmiah atau studi. Subjek penelitian ini adalah pihak yang akan diobservasi, diukur, atau dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Dalam penelitian ini subjek penelitian yang digunakan adalah Organisasi Non-Pemerintah yaitu Rare.

## Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep melibatkan langkah-langkah konkret untuk mengubah konsep-konsep abstrak menjadi variabel atau indikator yang dapat diukur atau diamati dalam penelitian. Berikut adalah Operasionalisasi Konsep pada penelitian ini:

- Konsep Abstrak: Strategi Manajemen Komunikasi
- Definisi Operasional: Strategi manajemen komunikasi dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai metode atau pendekatan yang digunakan oleh Rare dalam mengomunikasikan informasi tentang program Fish Forever kepada nelayan dan masyarakat lokal di Indonesia.
- Indikator Operasional: Untuk mengukur efektivitas strategi manajemen komunikasi Rare dan dampaknya terhadap kesejahteraan nelayan, beberapa indikator operasional yang meliputi pada operasionalisasi konsep ini:
  - a. Jumlah dan Kualitas Materi Komunikasi: Jumlah dan jenis materi komunikasi yang disebarkan oleh Rare, seperti brosur, video edukatif, atau kampanye media sosial.
  - b. Partisipasi Nelayan: Tingkat partisipasi nelayan dalam kegiatan dan program yang diselenggarakan oleh Rare, seperti pelatihan, pertemuan komunitas, atau kegiatan advokasi.
  - c. Perubahan Pengetahuan dan Sikap: Perubahan dalam pengetahuan nelayan tentang praktik penangkapan ikan berkelanjutan, hak-hak mereka, dan sikap mereka terhadap perlindungan sumber daya laut.
  - d. Perubahan dalam Kondisi Ekonomi: Perubahan dalam pendapatan atau kesejahteraan ekonomi nelayan setelah terlibat dalam program Fish Forever.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan wawancara Analisis Dokumen & Pengumpulan Data Digital. Teknik analisis dokumen melibatkan pengumpulan data dari dokumen atau bahan tertulis lainnya seperti laporan, catatan, atau arsip



yang relevan dengan topik penelitian. Data yang dianalisis dapat mencakup kebijakan, dokumen sejarah, atau data sekunder lainnya yang memberikan informasi penting terkait penelitian. Dan Teknik Pengumpulan Data Digital adalah dengan mengumpulkan data dari media sosial dan situs web.

## **Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data yang digunakan adalah Triangulasi. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian kualitatif yang bertujuan meningkatkan kepercayaan dan kebenaran data yang diperoleh. Teknik ini dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek silang informasi antar sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu pengumpulan data yang berbeda. Ada tiga jenis utama triangulasi data:

1. Triangulasi sumber: Membandingkan informasi yang diperoleh dari informan yang berbeda tentang topik yang sama.
2. Triangulasi teknik: Membandingkan informasi yang diperoleh menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda tentang topik yang sama.
3. Triangulasi waktu: Membandingkan informasi yang diperoleh pada waktu yang berbeda tentang topik yang sama.

Manfaat menggunakan teknik triangulasi data adalah meningkatkan kredibilitas, memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang fenomena yang diteliti dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang, dan menemukan konsistensi atau inkonsistensi informasi untuk memperkuat atau menggugat kebenaran temuan penelitian.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan dari data pada website Rare yang dipublikasikan oleh PR, program Fish Forever merupakan program yang dibentuk untuk konservasi laut yang bertujuan untuk mempromosikan sumber daya ikan secara berkelanjutan salah satunya di Indonesia. Hal penting dalam program ini adalah upaya untuk melindungi dan memulihkan populasi ikan langka atau yang terancam punah di perairan Indonesia. Berikut adalah pembahasan tentang perlindungan spesies langka dalam program Fish Forever:

1. Identifikasi Spesies Langka: Tim ilmiah dan konservasi atau terancam punah di wilayah perairan Indonesia. Dalam tahap ini, dilakukan survei lapangan dan analisis data untuk menentukan status populasi dan tingkat ancaman terhadap spesies-spesies tersebut.
2. Perlindungan Habitat: Salah satu strategi utama dalam program Fish Forever adalah melindungi habitat kritis yang menjadi rumah bagi spesies-spesies langka. Dengan mendirikan dan mengelola kawasan konservasi laut, seperti taman laut atau zona larangan penangkapan ikan.
3. Pengelolaan Perikanan Berkelanjutan: Untuk mendukung keberlanjutan populasi spesies langka, program Fish Forever juga berfokus pada pengelolaan perikanan yang berkelanjutan. Ini meliputi pengawasan ketat terhadap praktik penangkapan ikan ilegal,



- penegakan regulasi perikanan yang ada dan promosi praktik penangkapan ikan yang ramah lingkungan.
4. **Edukasi & Keterlibatan Masyarakat:** Melibatkan masyarakat lokal dan nelayan dalam upaya konservasi sangat penting. Program ini menyediakan edukasi tentang pentingnya menjaga populasi ikan langka, serta memberdayakan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengelolaan sumber daya perikanan secara berkelanjutan.
  5. **Kolaborasi & Kemitraan:** Fish Forever bekerjasama dengan pemerintah, Lembaga non-pemerintah, dan sektor swasta untuk menciptakan kemitraan yang kuat dalam mendukung upaya konservasi. Dari kerjasama tersebut melakukan aktivitas seperti penggalangan dana, pertukaran pengetahuan, dan penyediaan sumber daya untuk mendukung implementasi program di lapangan.
  6. **Monitoring & Evaluasi:** Data yang terkumpul digunakan untuk mengevaluasi dampak dari kebijakan dan strategi yang diimplementasikan serta untuk melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Dengan pendekatan yang komprehensif dan kolaboratif, program Fish Forever di Indonesia berupaya untuk tidak hanya menjaga keberlanjutan sumber daya ikan secara umum, tetapi juga khususnya melindungi spesies- spesies langka dan terancam punah yang merupakan bagian integral dari ekosistem laut di Indonesia.

Berbagai upaya juga dilakukan Rare untuk mensejahterakan kehidupan nelayan di Indonesia. Rare bekerja sama dengan komunitas nelayan untuk mengembangkan dan menerapkan praktik penangkapan ikan yang berkelanjutan. Rare menyediakan pelatihan tentang pengelolaan perikanan yang baik dan teknik penangkapan ikan yang ramah lingkungan. Hal ini bertujuan untuk menjaga keberlanjutan sumber daya perikanan jangka panjang sehingga nelayan dapat terus menghasilkan pendapatan dari laut tanpa merusak lingkungan. Selain mengandalkan penangkapan ikan, Rare juga mendorong nelayan untuk diversifikasi mata pencaharian mereka. Ini termasuk promosi dan pelatihan terkait dengan pengembangan usaha perikanan berbasis masyarakat seperti budidaya rumput laut atau pengelolaan budidaya ikan. Diversifikasi ini membantu mengurangi tekanan terhadap sumber daya alam yang terbatas dan meningkatkan keberlanjutan ekonomi nelayan.

Rare bekerja untuk meningkatkan akses nelayan ke pasar yang adil dan berkelanjutan. Mereka mengembangkan kemitraan dengan sektor swasta dan pemerintah lokal untuk memastikan nelayan mendapatkan harga yang layak atas produk-produk perikanan mereka. Rare juga mempromosikan pengolahan dan pemasaran produk perikanan dengan nilai tambah, seperti produk ikan olahan atau peningkatan kualitas produk. Untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan nelayan, Rare menyediakan program pendidikan dan pelatihan yang relevan. Ini meliputi pelatihan dalam manajemen sumber daya perikanan, keahlian penangkapan ikan yang berkelanjutan, manajemen bisnis, serta keterampilan komunikasi dan kepemimpinan yang dapat membantu nelayan dalam berinteraksi dengan pihak lain dalam rantai nilai perikanan. Rare mendorong partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan sumber daya perikanan. Mereka memfasilitasi dialog antara nelayan, pemerintah daerah, dan pemangku



kepentingan lainnya untuk mencapai kesepakatan tentang upaya konservasi dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Salah Satu keberhasilan Rare adalah membantu Ibu Nurlini seorang nelayan menjadi perempuan pertama di desanya yang merintis aplikasi OurFish dan mengelola keuangannya secara digital. Melalui dukungan berkelanjutan dari Rare, Ibu Nurlini beralih ke perekonomian formal dan mengubah sepenuhnya bisnisnya. Penjualan bulanannya meroket hingga 80%, naik dari Rp 5 juta menjadi Rp 9 juta. Dia mempekerjakan dua karyawan, meningkatkan operasinya dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap lanskap ketenagakerjaan lokal dan yang sebelumnya bergantung pada pemberi pinjaman informal yang bersifat restriktif, Ibu Nurlini memanfaatkan status formalnya untuk mendapatkan pinjaman bank dengan jangka waktu 3 tahun yang menguntungkan. Untuk pertama kalinya, dia berinvestasi pada modal kerja yang penting dan memperoleh peralatan yang mengubah keadaan. Formalisasi ini mendorongnya menjadi yang terdepan di mata pemerintah, dan Ibu Nurlini segera menjadi penerima manfaat prioritas dari hibah dan subsidi pemerintah, serta menerima peralatan yang sangat berharga dari dinas perikanan kabupaten. Perjalanan Ibu Nurlini dari seorang penjual ikan lokal menjadi seorang pengusaha perintis menunjukkan kekuatan transformatif dari formalisasi bisnis.

### **Salah satu artikel yang ditulis pada website oleh Rare tentang Ibu Nurlini**

Berikut adalah penjelasan tentang analisis Strategi PR dalam menerapkan Manajemen Komunikasi dengan teori Manajemen yang dikemukakan oleh George R Terry yang meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*).

#### **Perencanaan (*Planning*)**

Rare merumuskan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan lokal melalui pengelolaan perikanan yang berkelanjutan dan diversifikasi mata pencaharian. Mereka merencanakan langkah- langkah konkret untuk mencapai tujuan ini, termasuk strategi komunikasi yang mendukung penerimaan dan partisipasi nelayan. Sebelum melaksanakan program, Rare melakukan analisis mendalam terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan budaya di komunitas nelayan di Indonesia. Analisis ini membantu mereka memahami tantangan yang dihadapi oleh nelayan dan merancang pesan-pesan komunikasi yang relevan dan efektif.

#### **Pengorganisasian (*Organizing*)**

Rare membentuk tim terstruktur dengan jelas, termasuk ahli konservasi, komunikator, dan pengelola proyek. Mereka mengorganisir tim ini untuk bekerja secara kolaboratif dalam mengimplementasikan strategi komunikasi dan program kesejahteraan nelayan. Dalam organisasi mereka, Rare membagi tugas dan tanggung jawab secara jelas antara anggota tim untuk memastikan efisiensi dalam pelaksanaan program dan komunikasi dengan nelayan dan pihak terkait lainnya.



## **Pengarahan (*Actuating*)**

Rare menggunakan kepemimpinan yang menginspirasi dan memotivasi untuk menggerakkan staf dan masyarakat lokal, termasuk nelayan, dalam mendukung upaya kesejahteraan. Mereka menggunakan narasi yang kuat tentang manfaat dari praktik penangkapan ikan berkelanjutan dan diversifikasi mata pencaharian untuk memotivasi partisipasi aktif dari nelayan dalam program mereka.

## **Pengendalian (*Controlling*)**

Rare melakukan evaluasi teratur terhadap strategi komunikasi dan implementasi program Fish Forever. Rare menggunakan data dan umpan balik dari lapangan untuk mengevaluasi efektivitas pesan-pesan mereka, serta untuk mengontrol dan memantau kemajuan dalam mencapai tujuan kesejahteraan nelayan. Evaluasi ini membantu mereka menyesuaikan strategi komunikasi dan program secara berkelanjutan sesuai dengan perubahan kondisi di lapangan.

## **Kesimpulan**

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Rare dalam program Fish Forever untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman nelayan terhadap praktik penangkapan ikan berkelanjutan dan keberlanjutan sumber daya laut. Dengan keberhasilan dari Strategi Manajemen Komunikasi yang dilakukan oleh Rare juga membuahkan hasil berupa meningkatkan pendapatan nelayan, akses terhadap sumber daya juga mudah untuk mensejahterakan nelayan di Indonesia, keamanan pangan, serta partisipasi nelayan dalam pengambilan keputusan terkait manajemen perikanan.

Dengan menganalisis Strategi Manajemen Komunikasi yang dipublikasikan oleh PR Rare pada website, dengan teori manajemen dari George R Terry, dapat dilihat Rare dapat mengintegrasikan perencanaan yang sistematis, pengorganisasian yang efisien, pengarahan yang memotivasi, dan pengendalian yang terukur dalam manajemen komunikasi mereka terkait isu kesejahteraan nelayan dalam program Fish Forever di Indonesia Rare dapat mengkomunikasikan pesan konservasi dan ekonomi berkelanjutan dengan efektif, tetapi juga untuk menjaga fokus dan konsistensi dalam mencapai tujuan jangka panjang dari program Fish Forever..

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bimo, 2017. 'Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia - PakarKomunikasi.com', Ekuitas, 4(2).
- Fiantika, Feny Rita dkk. 2022. Metodologi Penelitian Kualitatif. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Grandien, C., & Johansson, C. 2012. Institutionalization of communication management. *Corporate Communications: An International Journal*, 17(2), 209-227. doi:10.1108/13563281211220247.
- Janner Simarmata, dkk, 2020. Teknologi Informasi dan sistem Informasi Manajemen.
- Moleong, Lexy J. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, 2020. Komunikasi Organisasi. Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.





- 
- rare.org, 2024. Di Indonesia, Perdagangan Data dan Gurita. <https://rare.org/stories-articles/in-indonesia-trading-in-data-and-octopus/>
- S Raharja Putra, Hendra. 2011. Manajemen Keuangan & Akuntansi. Salemba empat : Jakarta.
- Simanjuntak, Mariana, dkk, 2022. Manajemen Komunikasi dan Organisasi. Yayasan Kita Menulis.
- Terry, G. R., 1977. Principles Of Management, Seventh Edition. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.