

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi strategis melalui media perantara yang dilakukan oleh Pengurus Besar Aliansi Masyarakat Adat Nusantara atau PB AMAN, dalam konteks kesenjangan pembangunan berkelanjutan yang terjadi terhadap Masyarakat Adat. Di dalam studi kasus intrinsik ini, peneliti mewawancarai pengurus eksekutif PB AMAN, baik yang bertugas pada tujuan-tujuan strategis maupun pada fungsi komunikasi organisasi. Hasil utama pada penelitian ini adalah PB AMAN melakukan sinkronisasi secara holistik terhadap komunikasi strategisnya dengan tantangan pembangunan Masyarakat Adat yang teridentifikasi. Di antara tantangan tersebut adalah perlunya komunikasi strategis untuk mendorong pengakuan terhadap eksistensi Masyarakat Adat, baik melalui regulasi maupun dalam pelaksanaan pembangunan yang menerapkan prinsip *Free Prior and Informed Consent*. Komunikasi strategis oleh PB AMAN dilakukan untuk terhubung dengan business dan societal stakeholders yang mencakup berbagai pihak di level komunitas, masyarakat nasional, hingga masyarakat global. PB AMAN menerapkan dua jenis pendekatan utama terhadap para stakeholders tersebut, yakni pendekatan konflik dan kemitraan. Pemilihan media yang dilakukan juga didasari keberagaman karakter para stakeholders, baik pada pemilihan media digital maupun media tradisional. Dalam pewacanaan pesan, PB AMAN menguatkan urgensi dari eksistensi Masyarakat Adat, menuangkannya ke dalam format teks, grafis, audio, dan audio-visual, serta mendistribusikannya ke tiap kanal yang relevan.

Kata Kunci: Komunikasi Strategis, Masyarakat Adat, Pembangunan Berkelanjutan, *Stakeholders*

Abstract

This study aims to analyze the mediated strategic communication carried out by the Central Office of the Alliance of Indigenous Peoples of the Archipelago, or PB AMAN, in the context of the gaps existing in sustainable development toward Indigenous Peoples. In this intrinsic case study, the researcher interviewed the executive board of PB AMAN, those in charge of strategic goals, and the organizational communication function. This study reveals that PB AMAN holistically synchronizes its strategic communication with the challenges identified in development initiatives toward Indigenous Peoples. Among these challenges is the need for strategic communication to encourage recognition of the existence of Indigenous Peoples, both through regulations and in the implementation of development with the application of the principles of Free Prior and Informed Consent. PB AMAN utilizes its strategic communication to connect with business and societal stakeholders from the community, the national society, to the global society level. PB AMAN applies two main approaches to these stakeholders: the conflict and partnership approach. Digital and traditional media are sensitively selected based on the character diversity among the identified stakeholders. In constructing discourses on the campaign message, PB AMAN reinforces the urgency of the existence of Indigenous Peoples, puts it into text, graphic, audio, and audio-visual formats, and distributes it to each relevant channel.

Keywords: *Strategic Communication, Indigenous People, Sustainable Development, Stakeholders*