

Isu rencana reklamasi yang akan dilakukan di Bali belakangan ini menjadi sorotan beberapa media. Hal tersebut terjadi karena perubahan Perpres 45/2011 yang sebelumnya menyebutkan Teluk Benoa sebagai kawasan konservasi berubah menjadi Perpres 51/2014 yang mengizinkan reklamasi di lakukan di perairan Teluk Benoa. Rencana yang dibuat investor dengan Pemerintah Provinsi Bali mendapat respon yang berbentuk perlawanan atau penolakan dari masyarakat. ForBALI adalah sebuah wadah atau komunitas yang sadar dan memiliki komitmen untuk membela masyarakat yang merasa dirugikan dengan adanya Perpres 51/2014 melalui upaya advokasi.

ForBALI melakukan upaya advokasi melalui strategi komunikasi yang dibuat dan diharapkan dapat mencapai tujuan dari ForBALI yaitu mencabut Perpres 51/2014. Strategi komunikasi dalam upaya advokasi merupakan proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang memiliki tujuan yaitu merubah stigma (*mindset*) masyarakat tentang reklamasi serta dapat memengaruhi kebijakan pemerintah untuk membatalkan Perpres 51/2014. Untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan upaya komunikasi yang konsisten dan berkelanjutan. Oleh karena itu untuk memahami strategi komunikasi dalam upaya advokasi terkait Perpres 51/2014 yang dilakukan ForBALI, penelitian ini mengadopsi strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Lasswell dalam Cangara yaitu *who, says what, in which channel, to whom, with what effect* (siapa, berkata apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan bagaimana efeknya), serta menggunakan strategi tindakan komunikasi dalam gerakan advokasi Valerie Miller yang terdiri dari strategi persuasi, kerjasama, litigasi serta perlawanan dan proses pengelolaan komunikasi dari tahap perencanaan, pelaksanaan, sampai evaluasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi yang dilakukan ForBALI dalam upaya advokasi terhadap Perpres 51/2014 meliputi, pemetaan target sasaran, kemudian siapa kawan dan lawan serta perencanaan strategis yang didalamnya mencakup kegiatan komunikasi dalam proses pengelolaan advokasi, yang dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Adapun strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh ForBALI yaitu strategi persuasi, strategi kerjasama, strategi perlawanan, dan strategi litigasi. Keempat strategi tersebut merupakan langkah yang terencana dengan matang dan strategis. Sehingga kegiatan advokasi yang dilakukan ForBALI dapat dikatakan berhasil, karena untuk saat ini dapat memengaruhi pemerintah, dengan mengembalikan status Teluk Benoa ke dalam kawasan konservasi maritim. Tetapi secara tujuan, ForBALI belum dapat mencapai tujuannya yaitu membatalkan Perpres 51/2014, sehingga masih ada peluang ancaman bagi Teluk Benoa untuk direklamasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Advokasi, ForBALI, Reklamasi, Perpres 51/2014.

ABSTRACT

The issue of the reclamation plan to be carried out in Bali has recently been in the spotlight of several media. This happened because of the amendment to Presidential Regulation 45/2011 which previously stated that Benoa Bay as a conservation area was changed to Presidential Regulation 51/2014 which allowed reclamation to be carried out in the waters of Benoa Bay. The plan made by investors with the Bali Provincial Government received a response in the form of resistance or rejection from the community. ForBALI is a forum or community that is aware and committed to defending people who feel disadvantaged by the existence of Presidential Regulation 51/2014 through advocacy efforts.

ForBALI conducts advocacy efforts through a communication strategy that is made and is expected to achieve ForBALI's goal of revoking Presidential Regulation 51/2014. The communication strategy in advocacy efforts is a communication planning and management process that has the goal of changing the public's stigma (mindset) about reclamation and can influence government policies to cancel Presidential Regulation 51/2014. To achieve this goal, consistent and continuous communication efforts are needed. Therefore, to understand the communication strategy in advocacy efforts related to Perpres 51/2014 conducted by ForBALI, this study adopts the communication strategy proposed by Lasswell in Cangara, namely who, says what, in which channel, to whom, with what effect (who, says what, in which channel, to whom, with what effect). what, through what channel, to whom, and with what effect), and using a communication action strategy in the Valerie Miller advocacy movement which consists of a strategy of persuasion, cooperation, litigation and resistance and the communication management process from the planning, implementation, to evaluation stages.

The results show that the strategy that ForBALI has implemented in its advocacy efforts against Presidential Regulation 51/2014 includes mapping of targets, then who are friends and foes as well as strategic planning which includes communication activities in the advocacy management process, which starts from the planning, implementation, and evaluation stages. The communication strategies that have been carried out by ForBALI are the strategy of persuasion, the strategy of cooperation, the strategy of resistance, and the strategy of litigation. The four strategies are well-planned and strategic steps. So that the advocacy activities carried out by ForBALI can be said to be successful, because for now they can influence the government, by returning the status of Benoa Bay to a maritime conservation area. But objectively, ForBALI has not been able to achieve its goal of canceling Presidential Regulation 51/2014, so there is still a threat for Benoa Bay to be reclaimed.

Keywords: *Communication Strategy, Advocacy, ForBALI, Reclamation, Presidential Regulation 51/2014.*