

## Komunikasi Pembangunan Dalam Mendorong Investasi Berbasis Potensi Lokal di Provinsi Sulawesi Tenggara

Zulfiah Larisu<sup>1</sup>, Sumadi Dilla<sup>2</sup>, La Ode Herman<sup>3</sup>, Sriwangi<sup>4</sup>, Arwan<sup>5</sup>

<sup>1-4</sup>Prodi Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Halu Oleo Kendari, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Administrasi Pembangunan Program Pascasarjana Universitas Halu Oleo Kendari, Indonesia

e-mail: zulfiahlarisu\_fisip@uho.ac.id

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi pembangunan dalam mendorong investasi berbasis potensi lokal di Provinsi Sulawesi Tenggara. Fokus kajian diarahkan pada strategi komunikasi pemerintah daerah, aktor pembangunan, serta media dalam mengoptimalkan potensi unggulan daerah seperti sektor pertambangan, perikanan, dan pariwisata. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis terhadap 203 dokumen yang dipilih secara purposive, terdiri dari laporan pemerintah, kebijakan investasi, publikasi media, dan dokumen perencanaan pembangunan daerah (RPJMD 2023–2026). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pembangunan berperan penting dalam membangun persepsi positif, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta memperkuat citra daerah sebagai destinasi investasi berbasis potensi lokal. Namun, masih ditemukan kendala berupa kurangnya koordinasi lintas lembaga, keterbatasan literasi investasi masyarakat, serta lemahnya diseminasi informasi yang adaptif terhadap perkembangan digital. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi pembangunan yang inklusif dan kolaboratif untuk memperkuat daya saing investasi daerah.*

**Kata kunci:** komunikasi pembangunan, investasi lokal, potensi daerah, Sulawesi Tenggara, kebijakan publik.

### PENDAHULUAN

Pembangunan daerah pada era desentralisasi menuntut pemerintah provinsi berperan aktif dalam menggali serta mengembangkan potensi lokal sebagai basis pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Desentralisasi yang diatur melalui Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah memberikan kewenangan luas kepada pemerintah daerah untuk mengelola sumber daya alam dan ekonomi lokal secara mandiri. Hal ini menempatkan pemerintah provinsi sebagai aktor kunci dalam merancang kebijakan pembangunan yang sesuai dengan karakteristik wilayahnya (Kuncoro, 2018). Dalam konteks ini, pembangunan berbasis potensi lokal menjadi penting karena mampu meningkatkan kemandirian ekonomi daerah sekaligus memperkuat daya saing investasi di tingkat nasional maupun global.

Provinsi Sulawesi Tenggara merupakan salah satu wilayah di Indonesia dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah. Daerah ini memiliki potensi besar pada sektor pertambangan nikel dan emas di wilayah Konawe dan Kolaka, potensi perikanan tangkap dan budidaya di pesisir Buton, Muna, dan Kendari, serta pariwisata bahari kelas dunia di kawasan Taman Nasional Wakatobi (Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara, 2023). Selain itu, kekayaan budaya dan kearifan lokal masyarakat kepulauan juga menjadi modal sosial penting bagi pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal. Namun demikian, kontribusi sektor-sektor tersebut terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) belum maksimal karena pengelolaan investasi masih

didominasi oleh pihak eksternal dan belum sepenuhnya melibatkan masyarakat lokal (Badan Pusat Statistik Sulawesi Tenggara, 2024).

Kendala utama dalam pengembangan potensi lokal menjadi kekuatan investasi berkelanjutan tidak hanya terletak pada aspek regulasi dan infrastruktur, tetapi juga pada lemahnya sistem komunikasi pembangunan. Sebagai daerah dengan kondisi geografis kepulauan, Sulawesi Tenggara menghadapi tantangan dalam membangun jaringan komunikasi yang efektif antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Lemahnya komunikasi menyebabkan informasi mengenai peluang investasi, kebijakan daerah, serta potensi unggulan tidak tersampaikan secara optimal kepada calon investor maupun masyarakat lokal (Hidayat, 2020). Padahal, komunikasi pembangunan memiliki fungsi strategis sebagai jembatan antara aktor-aktor pembangunan dalam mencapai kesepahaman dan kolaborasi yang produktif (Mulyana, 2017).

Dalam perspektif teori komunikasi pembangunan, Rogers (1983) menegaskan bahwa komunikasi pembangunan merupakan proses penyebaran inovasi yang bertujuan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pembangunan. Proses ini tidak hanya sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga mengubah perilaku dan meningkatkan kapasitas masyarakat agar mampu beradaptasi dengan perubahan sosial dan ekonomi (Larisu et al. 2022). Dalam konteks investasi daerah, komunikasi pembangunan berfungsi sebagai sarana untuk membangun citra positif daerah, memperkuat kepercayaan investor, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat lokal dalam kegiatan ekonomi produktif. Dengan demikian, komunikasi pembangunan menjadi instrumen penting dalam menciptakan ekosistem investasi yang inklusif, transparan, dan berkelanjutan di Sulawesi Tenggara.

Selain berfungsi sebagai alat diseminasi informasi, komunikasi pembangunan juga berperan sebagai mekanisme untuk membentuk persepsi publik terhadap arah kebijakan pemerintah daerah. Pemerintah yang mampu mengelola komunikasi pembangunan secara strategis dapat meningkatkan legitimasi kebijakan dan kepercayaan publik, termasuk di kalangan investor. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan komunikasi yang terintegrasi, berbasis data, dan memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau berbagai pemangku kepentingan (Setiawan, 2022). Strategi komunikasi yang efektif akan memperkuat narasi pembangunan daerah dan menjadikan potensi lokal Sulawesi Tenggara sebagai daya tarik utama investasi berkelanjutan di kawasan timur Indonesia. Tulisan ini mengkaji tentang Model Komunikasi Pembangunan dalam Mendorong Investasi Berbasis Potensi Lokal di Provinsi Sulawesi Tenggara.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis dokumen (document-based research). Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah menelaah kebijakan, strategi komunikasi, dan narasi publik terkait investasi di Sulawesi Tenggara. Dokumen terdiri dari Dokumen resmi pemerintah, seperti RPJMD Provinsi Sulawesi Tenggara 2023–2026, Rencana Strategis Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) 2019-2023, dan laporan kinerja BKPM 2023-2025; Publikasi media massa dan digital, seperti berita investasi daerah, promosi potensi daerah di media sosial resmi pemerintah, dan siaran pers; serta dokumen akademik dan literatur ilmiah, termasuk jurnal, buku, dan hasil penelitian sebelumnya terkait komunikasi pembangunan dan investasi daerah selama tahun 2023-2025. Dokumen yang terkumpul sebanyak 203, yang dipilih secara purposive. Analisis dilakukan dengan teknik analisis isi (*content analysis*) terhadap representasi komunikasi pembangunan dalam dokumen kebijakan; strategi penyampaian pesan Pembangunan; keterlibatan aktor komunikasi (pemerintah, masyarakat, media, investor); dan hambatan dan peluang dalam komunikasi investasi berbasis potensi lokal. Uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan teori.

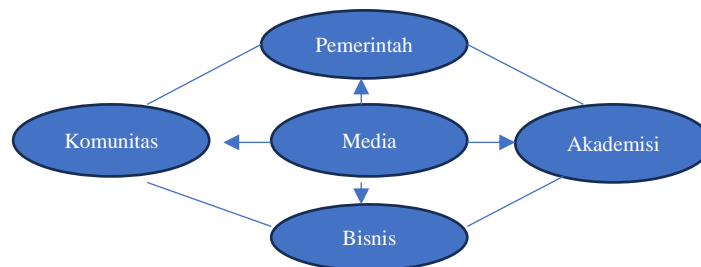
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sesuai dengan tujuan penelitian, pembahasan hasil penelitian akan mengacu pada 4 (empat) hal yaitu peran komunikasi pembangunan dalam menciptakan citra daerah dan kepercayaan dan investor, strategi komunikasi Pemerintah Daerah dalam promosi investasi, Hambatan komunikasi

dalam Promosi Investasi Berbasis Potensi, dan Kolaborasi antar Pemangku Kepentingan dalam Membangun Citra Investasi daerah. Secara jelas diuraikan sebagai berikut.

### 1. Peran Komunikasi Pembangunan dalam Menciptakan Citra Daerah dan Kepercayaan Investor

Model Pentahelix (Carayannis dan Campbell, 2012) menekankan bahwa inovasi dan pembangunan tidak dapat berjalan efektif tanpa sinergi antaraktor sosial. Setiap aktor memiliki peran unik, namun keberhasilan pembangunan bergantung pada kemampuan mereka berkolaborasi dalam ekosistem inovatif yang terbuka dan saling menguatkan Model Pentahelix dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1 diagram Pentahelix (Ysa, T., Tironi, M., & Enríquez, F., 2014)

Pemerintah (*Government*): pembuat kebijakan dan fasilitator; Akademisi (*Academia*): penyedia ilmu pengetahuan dan riset; Bisnis/Industri (*Business*): pelaku ekonomi dan inovasi; Komunitas (*Community*): sumber nilai lokal dan partisipasi sosial dan Media: penyebar informasi dan pembentuk citra publik. Kolaborasi antar lima aktor (pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan sosial/media) mampu mempercepat proses inovasi dan memperkuat legitimasi kebijakan publik.

Hasil analisis terhadap berbagai dokumen pemerintah, media lokal, serta publikasi akademik menunjukkan bahwa komunikasi pembangunan memiliki peran strategis dalam membentuk citra positif daerah dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap stabilitas kebijakan pemerintah daerah Sulawesi Tenggara. Dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Sulawesi Tenggara 2023–2026, pemerintah menegaskan pentingnya komunikasi publik yang proaktif dan transparan sebagai bagian dari strategi promosi investasi daerah. Komunikasi pembangunan digunakan bukan hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen persuasi dan pembentukan persepsi positif terhadap potensi ekonomi daerah (Yuliasari, Saleh, Hubeis, & Sarwoprasodjo, 2014).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Anter Venus, Zein, dan Setiawan (2017) yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi pembangunan berbasis masyarakat di Indonesia memiliki potensi besar dalam membangun kepercayaan publik, terutama ketika pemerintah mampu mengelola komunikasi secara terbuka dan partisipatif. Menurut mereka, citra daerah yang positif lahir dari proses komunikasi yang kredibel, terencana, dan berkesinambungan antara pemerintah, media, dan masyarakat. Dalam konteks pembangunan daerah, komunikasi publik yang baik berperan sebagai jembatan antara kebijakan dan persepsi publik terhadap kebijakan tersebut.

Data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPSTP) Provinsi Sulawesi Tenggara tahun 2024 menunjukkan bahwa investasi yang

masuk mencapai Rp 24,6 triliun, meningkat 12% dibanding tahun sebelumnya. Peningkatan ini sebagian dikaitkan dengan intensifikasi komunikasi promosi investasi melalui berbagai media, termasuk portal daring [investsultra.go.id](http://investsultra.go.id), media sosial resmi pemerintah, dan publikasi berita pembangunan di media lokal seperti *Kendari Pos* dan *SultraKini.com*. Fakta ini mendukung pandangan Prasetyo, Prawira, dan Ardhan (2022), yang menegaskan bahwa komunikasi inovasi di tingkat lokal dapat mendorong partisipasi dan kepercayaan stakeholder apabila pesan-pesan pembangunan disampaikan dengan relevansi terhadap konteks sosial dan ekonomi masyarakat setempat.

Komunikasi pembangunan yang efektif juga berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan investor. Informasi yang disampaikan melalui kanal resmi pemerintah membantu mengurangi ketidakpastian terhadap iklim investasi daerah, terutama dalam konteks desentralisasi fiskal yang memberi otonomi besar kepada daerah. Sesuai teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (1983), kepercayaan merupakan elemen penting dalam proses adopsi inovasi, di mana komunikasi yang kredibel dan konsisten dapat mempercepat keputusan investasi di daerah. Temuan ini diperkuat oleh studi internasional yang dilakukan oleh Taurista dan Choiriyah (2024), yang menekankan bahwa kualitas komunikasi dan kepemimpinan publik berperan signifikan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan membangun legitimasi sosial terhadap program pembangunan daerah.

Dalam konteks global, peran komunikasi pembangunan juga diakui sebagai faktor kunci dalam menciptakan *investment-friendly image* suatu wilayah. Studi oleh Servaes (2008) menegaskan bahwa komunikasi pembangunan yang partisipatif dan berbasis nilai lokal mampu membentuk kepercayaan lintas sektor antara pemerintah, investor, dan masyarakat. Prinsip ini relevan dengan pendekatan komunikasi pembangunan di Sulawesi Tenggara yang mengedepankan transparansi, kolaborasi, serta promosi potensi lokal sebagai daya tarik investasi. Dengan demikian, strategi komunikasi publik yang konsisten, partisipatif, dan berbasis data lokal dapat menjadi instrumen efektif dalam meningkatkan citra daerah serta memperkuat kepercayaan investor terhadap keberlanjutan pembangunan ekonomi di Provinsi Sulawesi Tenggara.

## 2. Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Promosi Investasi

Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara menerapkan berbagai strategi komunikasi pembangunan yang bertujuan memperkuat *branding* daerah sebagai tujuan investasi berbasis potensi lokal. Berdasarkan Laporan Kinerja DPMPTSP 2023 dan publikasi media, strategi tersebut mencakup beberapa program utama yang berfokus pada transformasi komunikasi publik ke arah digital dan kolaboratif. Strategi ini sejalan dengan prinsip komunikasi pembangunan partisipatif yang menekankan pentingnya keterlibatan multiaktor dalam proses penyebaran informasi pembangunan (Servaes, 2008; Melkote & Steeves, 2015).

### 1. Portal Investasi Daerah ([investsultra.go.id](http://investsultra.go.id)).

Portal ini menyediakan informasi tentang potensi ekonomi, perizinan daring, dan peluang investasi di sektor-sektor strategis seperti pertambangan, perikanan, dan pariwisata bahari. Portal ini berfungsi sebagai saluran komunikasi resmi antara pemerintah dan calon investor, serta menjadi wujud dari keterbukaan informasi publik yang mendorong efisiensi layanan investasi. Penelitian Wijayanti dan Rakhmat (2020) menegaskan bahwa digitalisasi komunikasi pemerintah berperan penting dalam meningkatkan transparansi dan mempermudah akses informasi bagi investor, khususnya pada era transformasi digital pemerintahan daerah di Indonesia.

### 2. Forum Investasi dan Temu Bisnis.

Kegiatan seperti *Sultra Investment Forum* dan *Sultra Expo* menjadi ajang promosi potensi lokal, di mana pemerintah daerah menampilkan keunggulan kompetitif daerah kepada investor domestik maupun asing. Strategi ini sejalan dengan penelitian Venus, Zein, dan Setiawan (2017) yang menekankan bahwa komunikasi tatap muka dan forum interaktif antar

pemangku kepentingan mampu memperkuat kepercayaan dan memperluas jejaring ekonomi daerah. Forum semacam ini juga dipandang sebagai bentuk komunikasi simbiotik antara pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dalam mewujudkan agenda pembangunan yang inklusif (Taurista & Choiriyah, 2024).

3. Branding Digital dan Media Sosial.

Pemerintah mengembangkan kampanye komunikasi digital dengan slogan “*Sultra: Invest in Nature and Future*” yang menekankan citra daerah sebagai wilayah yang kaya sumber daya alam sekaligus berkelanjutan. Kampanye ini didistribusikan melalui media sosial resmi dan kerja sama dengan influencer lokal. Studi internasional oleh Buhalis dan Sinarta (2019) menjelaskan bahwa *digital branding* daerah melalui media sosial dapat meningkatkan *destination image* serta menarik investasi pariwisata dan bisnis. Dalam konteks Indonesia, Prasetyo, Prawira, dan Ardhian (2022) juga menemukan bahwa strategi komunikasi digital berbasis nilai budaya lokal mampu membangun *trust* dan memperkuat identitas daerah di mata publik.

Meskipun strategi-strategi tersebut terbukti meningkatkan visibilitas daerah di tingkat nasional dan internasional, efektivitasnya masih bergantung pada konsistensi pesan komunikasi, koordinasi antarinstansi, serta kapasitas sumber daya manusia di bidang komunikasi publik. Hambatan koordinasi ini juga ditemukan dalam penelitian internasional oleh Lee dan Van Meter (2021), yang menekankan bahwa integrasi antarorganisasi pemerintah menjadi kunci keberhasilan strategi komunikasi pembangunan berbasis data dan digital. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu memperkuat manajemen komunikasi strategis serta memastikan keberlanjutan kampanye promosi investasi melalui kolaborasi lintas sektor dengan media dan pelaku industri. Dengan demikian, strategi komunikasi pemerintah daerah dalam promosi investasi di Sulawesi Tenggara mencerminkan transformasi menuju model komunikasi pembangunan modern yang bersifat terbuka, digital, dan berbasis kolaborasi-namun tetap menghadapi tantangan dalam konsistensi kebijakan dan koordinasi antarinstansi

### 3. Hambatan Komunikasi dalam Promosi Investasi Berbasis Potensi Lokal

Meskipun strategi komunikasi pembangunan di Sulawesi Tenggara menunjukkan kemajuan, masih terdapat sejumlah hambatan yang menghambat efektivitas promosi investasi daerah. Berdasarkan analisis dokumen Laporan Kinerja DPMPTSP 2023, observasi media, dan publikasi akademik, hambatan utama mencakup minimnya komunikasi dua arah, rendahnya literasi investasi masyarakat, serta pemanfaatan media digital yang belum optimal.

Pertama, minimnya komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat menyebabkan terbatasnya partisipasi publik dalam proses pembangunan dan promosi potensi daerah. Model komunikasi top-down yang masih dominan menimbulkan kesenjangan informasi antara pemerintah dan calon investor lokal. Sejalan dengan penelitian Nasution dan Rahmat (2022), komunikasi pembangunan yang bersifat satu arah cenderung menurunkan kepercayaan publik terhadap kebijakan ekonomi, karena masyarakat tidak dilibatkan secara aktif dalam proses pengambilan keputusan. Servaes (2008) menegaskan bahwa komunikasi pembangunan yang partisipatif menuntut dialog dua arah dan pemberdayaan masyarakat, bukan sekadar penyampaian pesan dari atas ke bawah.

Kedua, literasi investasi masyarakat yang rendah menjadi faktor penghambat penerimaan pesan komunikasi pembangunan. Data DPMPTSP 2024 menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di luar pusat kota Kendari belum memahami prosedur dan manfaat investasi berbasis potensi lokal. Penelitian Putra dan Mulyadi (2021) menemukan bahwa tingkat literasi ekonomi dan komunikasi publik di daerah berkembang masih menjadi tantangan utama dalam menarik partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi produktif. Secara internasional, Rogers (1983) dalam *Diffusion of Innovations* juga menekankan bahwa keberhasilan difusi inovasi sangat bergantung pada pemahaman audiens terhadap manfaat perubahan sosial dan ekonomi yang ditawarkan.

Ketiga, pemanfaatan media digital yang belum optimal juga menjadi hambatan signifikan. Meskipun pemerintah telah mengembangkan portal investasi dan akun media sosial resmi, konsistensi pesan, frekuensi publikasi, dan interaktivitas masih rendah. Penelitian internasional oleh Khan (2020) menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi digital pemerintah sangat bergantung pada kemampuan mengelola pesan yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan audiens target. Dalam konteks Indonesia, penelitian Sari dan Wulandari (2022) menyatakan bahwa kapasitas SDM komunikasi publik di daerah sering kali belum mampu mengimbangi dinamika media digital yang cepat berubah, sehingga pesan pembangunan kehilangan momentum dan jangkauan. Dengan demikian, hambatan-hambatan ini menunjukkan perlunya penguatan kapasitas komunikasi publik, literasi digital masyarakat, serta desain pesan yang adaptif agar komunikasi pembangunan dapat berfungsi sebagai instrumen efektif dalam menarik investasi berbasis potensi lokal.

#### 4. Kolaborasi antar Pemangku Kepentingan dalam Membangun Citra Investasi Daerah

Kolaborasi antara pemerintah daerah, media lokal, akademisi, dan sektor swasta merupakan faktor penting dalam membangun citra positif daerah sebagai destinasi investasi yang kompetitif. Namun, hasil analisis dokumen dan media menunjukkan bahwa tingkat kolaborasi di Provinsi Sulawesi Tenggara masih terbatas pada kegiatan seremonial dan forum tahunan, belum berkelanjutan sebagai model kemitraan strategis.

Penelitian oleh Venus dan Setiawan (2019) menegaskan bahwa kolaborasi lintas aktor menjadi inti dari komunikasi pembangunan modern yang berorientasi pada *public engagement* dan keberlanjutan. Dalam praktiknya, pemerintah sering kali menjadi aktor dominan, sementara media dan masyarakat hanya berperan sebagai penerima pesan. Padahal, sebagaimana dinyatakan oleh Hemer dan Tufte (2012), pembangunan yang berpusat pada manusia menuntut adanya komunikasi yang kolaboratif dan inklusif, di mana media dan masyarakat berfungsi sebagai fasilitator diskusi publik, bukan sekadar penyampai informasi.

Secara empiris, penelitian internasional oleh Dutta (2011) dalam *Communicating Social Change* menunjukkan bahwa kolaborasi antar pemangku kepentingan dapat memperkuat proses pembentukan makna pembangunan, serta memperluas legitimasi kebijakan di mata publik dan investor. Dalam konteks nasional, penelitian Rahardjo (2020) menemukan bahwa kerja sama antara pemerintah daerah dan media lokal di Jawa Timur berhasil meningkatkan persepsi positif investor terhadap iklim usaha melalui pemberitaan pembangunan yang kredibel dan konsisten. Selain itu, sektor swasta juga memiliki peran penting sebagai agen perubahan (*change agent*) dalam komunikasi pembangunan investasi. Studi oleh Lee dan Van Meter (2021) menunjukkan bahwa kemitraan publik-swasta dalam komunikasi digital dapat memperluas jangkauan pesan pembangunan, memperkuat kepercayaan publik, serta meningkatkan efektivitas promosi daerah di tingkat global. Oleh karena itu, keberlanjutan komunikasi pembangunan di Sulawesi Tenggara memerlukan model kolaborasi berbasis *governance network*, di mana pemerintah, media, akademisi, dan sektor swasta berperan setara dalam membangun narasi bersama tentang keunggulan investasi daerah.

#### 5. Model Komunikasi Pembangunan Berbasis Potensi Lokal

Berdasarkan hasil pembahasan model komunikasi Pembangunan berbasis potensi local dapat digambarkan sebagai berikut.

Potensi Lokal → Dialog Partisipatif → Komunikasi Dua Arah → Kolaborasi Aktor Pentahelix → Peningkatan Kepercayaan & Citra Daerah → Keberhasilan Pembangunan

Gambar 2 Alur Komunikasi Pembangunan Berbasis Potensi Lokal

Potensi lokal dibangun dengan komunikasi dialog partisipatif yang menghadirkan komunikasi dua arah untuk semua elemen atau aktor yang terlibat dalam upaya meningkatkan

kepercayaan dan citra daerah di seluruh masyarakat, sehingga keberhasilan Pembangunan dapat tercapai.

Model komunikasi pembangunan berbasis potensi lokal merupakan pendekatan komunikasi yang menempatkan sumber daya, nilai budaya, dan kearifan lokal sebagai inti dari proses pembangunan. Model ini menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dalam setiap tahapan pembangunan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi dengan memanfaatkan kekuatan lokal sebagai modal utama perubahan sosial dan ekonomi.

Sejalan dengan pendapat Servaes (2008), komunikasi pembangunan yang efektif harus bersifat *participatory* dan *dialogical*, yaitu mendorong proses pertukaran informasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat agar pembangunan benar-benar berakar dari kebutuhan serta potensi lokal. Pendekatan ini berbeda dengan model komunikasi *top-down* yang hanya berorientasi pada penyampaian pesan dari pemerintah ke masyarakat. Carayannis dan Campbell (2012), komunikasi pembangunan daerah yang berkelanjutan karena melibatkan lima unsur utama: pemerintah, akademisi, dunia usaha, komunitas, dan media. Kolaborasi antar aktor ini memungkinkan pertukaran pengetahuan, penyebaran informasi yang kredibel, serta penguatan citra daerah sebagai destinasi investasi yang inklusif dan inovatif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dokumen, dapat disimpulkan bahwa praktik komunikasi pembangunan di Sulawesi Tenggara sudah mulai mengarah pada model partisipatif dan kolaboratif, meskipun masih terbatas pada tataran formal. Pendekatan komunikasi yang lebih terbuka, transparan, dan berbasis data lokal akan memperkuat posisi provinsi ini sebagai daerah tujuan investasi yang berkelanjutan. Pemerintah daerah perlu memperkuat mekanisme komunikasi dua arah melalui forum publik, media sosial interaktif, serta literasi digital bagi masyarakat dan pelaku usaha lokal. Selain itu, pengembangan sistem komunikasi berbasis data (*data-driven communication*) dapat membantu pemerintah merancang pesan promosi yang lebih terarah dan efektif sesuai karakteristik audiens sasaran. Model pentahelix (kolaborasi Pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas dan media) dapat diterapkan untuk mempercepat proses inovasi dan memperkuat legitimasi kebijakan publik.

## REFERENSI

- Anter Venus, Zein, D., & Setiaman, A. (2017). *Development communication strategy for implementing the local community-based development model in West Java Province*. *EPH–International Journal of Business & Management Science*, 3(4), 45–56.
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Tenggara. (2024). *Sulawesi Tenggara dalam Angka 2024*. Kendari: BPS Sultra.
- BKPM. (2023). *Laporan Investasi Daerah Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: Badan Koordinasi Penanaman Modal.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1574253>
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2012). *Mode 3 Knowledge Production and the Penta Helix Model of Innovation*. Springer
- Dutta, M. J. (2011). *Communicating Social Change: Structure, Culture, and Agency*. New York: Routledge
- DPMPSTP Sulawesi Tenggara. (2024). *Laporan Kinerja dan Profil Investasi Sulawesi Tenggara*. Kendari: Pemprov Sultra.
- Hemer, O., & Tufte, T. (2012). *Media and Glocal Change: Rethinking Communication for Development*. Buenos Aires: CLACSO.

- Hidayat, D. N. (2020). Komunikasi Pembangunan dalam Perspektif Digital. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(2), 115–128.
- Khan, M. L. (2020). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247.
- Kuncoro, M. (2018). *Otonomi Daerah dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*. Jakarta: Erlangga.
- Larisu, Z., Prajarto, N., & Subejo, S. (2022). Pemberitaan TV Lokal dan Pembangunan Daerah Berkelanjutan di Indonesia: Studi Intensif Pada Konten Berita Pembangunan Daerah Berkelanjutan di TVRI.... *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2), 9728-9736.
- Lee, J., & Van Meter, K. (2021). Strategic communication management in digital government: A framework for coordination and integration. *Government Information Quarterly*, 38(3), 101–122.
- Melkote, S. R., & Steeves, H. L. (2015). *Communication for Development: Theory and Practice for Empowerment and Social Justice* (3rd ed.). New Delhi: SAGE
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasution, F., & Rahmat, A. (2022). Partisipasi masyarakat dalam komunikasi pembangunan di daerah tertinggal. *Jurnal Komunikasi Pembangunan Indonesia*, 10(2), 45–56.
- Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara. (2023). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Sulawesi Tenggara 2023–2026*. Kendari: Bappeda Sultra.
- Prasetyo, S. A., Prawira, R. A. A., & Ardhian, A. (2022). *The role of innovation communication in the development of Bali Aga*. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 9(1), 11–21.
- Putra, D., & Mulyadi, A. (2021). *Tantangan komunikasi publik dalam meningkatkan literasi ekonomi masyarakat pedesaan*. *Jurnal Ilmu Komunikasi UII*, 19(1), 33–47.
- Quebral, N. C. (1975). *Development Communication*. Los Baños: University of the Philippines.
- Rahardjo, B. (2020). *Peran media lokal dalam meningkatkan citra investasi daerah: Studi kasus Pemerintah Provinsi Jawa Timur*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(2), 112–124.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd ed.). New York: The Free Press.
- Sari, N., & Wulandari, F. (2022). *Digital communication strategies for local government transparency*. *Jurnal Komunikasi dan Kebijakan Publik*, 9(1), 27–39.
- Servaes, J. (2008). *Communication for Development and Social Change*. Los Angeles: Sage Publications
- Setiawan, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Membangun Citra Investasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 10(1), 45–58.
- Taurista, H., & Choiriyah, I. U. (2024). *Community participation in development planning is driven by leadership, communication, and education*. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 15(3), 102–113.
- Wijayanti, L., & Rakhmat, A. (2020). *Digital governance and transparency in regional public communication: Case of Indonesian local governments*. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(4), 91–107.
- Yuliasari, I., Saleh, A., Hubeis, M., & Sarwoprasodjo, S. (2014). *Discourse of rural development in Indonesian local media*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 12(1), 14–27.

Ysa, T., Tironi, M., & Enríquez, F. (2014). *Governance for Innovation and Knowledge: The Penta Helix Model of Innovation*. *Journal of Knowledge Economy*.