



ISSN 2621- 458X

OBROLAN WARUNG KOPI TENTANG PESAN PEMBANGUNAN PASCA PROGRAM 100 HARI KINERJA BUPATI SOPPENG

Andi Syadaruddin

STISIP Petta Baringeng Soppeng
andisyadaruddin@gmail.com

Andi Rosdiana

STISIP Petta Baringeng Soppeng
andidianaptbaringeng@gmail.com

Yusri

STIE Pelita Buana Makassar
yusri.acho@gmail.com

Sirajuddin

STIA Abdul Haris Makassar
raaniakademia92@gmail.com

Arifuddin

STISIP Petta Baringeng Soppeng
n.arifuddin@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggambarkan fenomena obrolan warung kopi secara terukur berdasarkan variabel-variabel komunikasi pembangunan. Populasi penelitian adalah masyarakat Kabupaten Soppeng yang aktif melakukan interaksi sosial di warung kopi pasca program 100 hari bupati. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih responden yang mengetahui tentang program 100 hari kinerja bupati serta sering hadir dalam obrolan warung kopi. Periode 100 hari pertama menjadi indikator awal efektivitas pemerintahan baru, dalam konteks memperbaiki layanan publik dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat di Kabupaten Soppeng. Kepemimpinan Suwardi - Selle di Kabupaten Soppeng menunjukkan arah pemerintahan yang fokus pada efisiensi, keberpihakan pada rakyat, dan pembangunan yang berkelanjutan. Pesan pembangunan pasca periode 100 hari pertama Kinerja Bupati Soppeng bidang ekonomi, adalah masyarakat berpendapat sangat baik (21%), Baik (38%), Cukup baik (18%), dan Tidak baik sebanyak (17%). Sedangkan bidang politik, masyarakat berpendapat sangat baik (31%), Baik (38%), Cukup baik (24%), dan Tidak baik sebanyak (7%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas besar (69%) masyarakat menilai pembangunan politik dalam kategori baik hingga sangat baik.

Kata Kunci: *Obrolan, warung kopi, Komunikasi, pembangunan.*

ABSTRACT

The main objective of this study is to describe the phenomenon of coffee shop chats in a measurable manner based on development communication variables. The study population comprised residents of Soppeng Regency who actively engaged in social interactions in coffee shops following the regent's 100-day program. The sample was determined using a purposive sampling technique, selecting respondents who were aware of the regent's 100-day program and frequently attended coffee shop chats. The first 100 days serve as an initial indicator of the effectiveness of the new administration, in terms of improving public services and responding to the needs of the people in Soppeng Regency. The Suwardi-Selle leadership in Soppeng Regency demonstrated a government focused on efficiency, people-centeredness, and sustainable development. The development message after the first 100 days of the Soppeng Regent's economic performance was that the public considered it very good (21%), good (38%), fair (18%), and poor (17%). Meanwhile, in politics, the public considered it very good (31%), good (38%), fair (24%), and poor (7%). This shows that the majority (69%) of the public assesses political development in the good to very good category.

Keywords: Chat, coffee shop, Communication, development



lisensi CC BY

A.PENDAHULUAN

Pasangan Suwardi Haseng - Selle KS Dalle dengan mengusung *tagline* “SUKSES” punya banyak program, salah satunya "Kerja Tanpa Tunggu" yang didengungkan pada masa kampanye Pilkada 2024. Program ini dirancang untuk mengatasi kendala anggaran pemerintah dalam memperbaiki fasilitas publik yang sangat dibutuhkan masyarakat serta akan tetap menyertai perjalanan warga Soppeng (<https://makassar.tribunnews.com> dan <https://www.sulselinfo.com/>).

Program 100 hari kerja Kepala Daerah Terpilih, adalah langkah awal dari Bupati dan Wakil Bupati untuk memastikan bahwa visi dan misi telah mulai dijalankan. Gagasan ini telah diadopsi di banyak negara dan daerah sebagai cara untuk menunjukkan keseriusan pemerintah dalam memenuhi janji-janji politik mereka selama kampanye. Beberapa kepala daerah juga berhasil memanfaatkan “100 Days of Action” merupakan bagian yang tak terpisahkan dari visi misi daerah selama 5 tahun berjalan untuk menciptakan perubahan signifikan, seperti perbaikan layanan publik dan pengentasan kemiskinan. Semangat ini pula yang diusung oleh Bupati Soppeng (Pasangan Suwardi Haseng - Selle KS Dalle) yang ingin memastikan bahwa sejak awal pemerintahan mereka, masyarakat sudah merasakan dampak nyata dari program-program yang telah dirancang.

Kepemimpinan Suwardi - Selle di Kabupaten Soppeng menunjukkan arah pemerintahan yang fokus pada efisiensi, keberpihakan pada rakyat, dan pembangunan yang berkelanjutan. Masyarakat kini menanti implementasi lanjutan dari program-program prioritas tersebut menuju Soppeng yang lebih sejahtera dan berdaya saing. Terdapat sejumlah perkembangan dan tantangan yang perlu dievaluasi lebih lanjut, bahwa evaluasi perlu dilakukan karena program 100 hari merupakan *starting point* untuk melanjutkan pekerjaan

pemerintah lima tahun mendatang. Hal ini terlihat pada topik obrolan warga Soppeng di sejumlah warung kopi.

Warung kopi sebagai ruang sosial telah menjadi salah satu *locus* penting dalam dinamika kehidupan masyarakat Indonesia, termasuk di Kabupaten Soppeng. Warung kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga menjadi arena diskursus sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Fenomena obrolan warung kopi merepresentasikan bentuk komunikasi sehari-hari yang mampu menangkap, menyaring, sekaligus memproduksi ulang berbagai pesan pembangunan yang berkembang di masyarakat.

Obrolan masyarakat di warung kopi pasca program 100 hari kinerja bupati mencerminkan proses komunikasi pembangunan yang berlangsung secara horizontal. Diskusi ini seringkali bersifat kritis, evaluatif, bahkan konstruktif, karena masyarakat menilai langsung dampak nyata kebijakan yang diterapkan. Dengan demikian, warung kopi berperan sebagai arena artikulasi opini publik yang menghubungkan antara pesan-pesan pembangunan yang disampaikan pemerintah dengan penerimaan dan interpretasi masyarakat.

Program 100 hari kerja Bupati Soppeng menampilkan sejumlah kebijakan yang bersifat populis, antara lain pemberian seragam, sepatu, dan tas sekolah gratis bagi peserta didik. Kebijakan ini pada dasarnya dimaksudkan untuk meringankan beban orang tua sekaligus meningkatkan akses pendidikan. Namun, dalam praktiknya, muncul berbagai kritik dari masyarakat yang memperlihatkan adanya kesenjangan antara harapan publik dan implementasi kebijakan.

Kritikan masyarakat melalui obrolan di warung kopi terkait efektivitas dan prioritas kebijakan. Sebagian masyarakat menilai bahwa pemberian seragam, sepatu, dan tas gratis lebih bersifat simbolis dibanding substansial. Bantuan tersebut dinilai tidak menyentuh akar persoalan pendidikan seperti kualitas guru, ketersediaan fasilitas belajar, dan pemerataan akses pendidikan di daerah terpencil. Dengan demikian, program ini dipandang lebih menekankan pada aspek pencitraan politik ketimbang solusi jangka panjang. Selain itu, distribusi bantuan terkadang mengalami keterlambatan dan tidak merata, sehingga menimbulkan persepsi negatif tentang lemahnya manajemen pelaksanaan program. Masyarakat menyoroti apakah pengadaan barang benar-benar melalui proses yang akuntabel, atau justru berpotensi menimbulkan praktik inefisiensi dan penyalahgunaan anggaran daerah. Ada kekhawatiran bahwa kebijakan semacam ini hanya berlaku pada periode awal pemerintahan sebagai bentuk janji politik, tanpa perencanaan untuk keberlanjutan pada tahun-tahun berikutnya.

Topik paling hangat obrolan terkait dengan pembangunan infrastruktur jalan dan jembatan di warung kopi. Masyarakat menilai pembangunan jalan dan jembatan lebih banyak diprioritaskan di wilayah perkotaan atau jalur utama yang mudah diakses, sementara daerah pedesaan dan kawasan terpencil kurang mendapat perhatian. Sejumlah masyarakat mengeluhkan kualitas jalan dan jembatan yang dibangun dalam waktu singkat sering kali tidak memenuhi standar. Beberapa masyarakat berpendapat bahwa pembangunan jalan dan jembatan dalam program 100 hari lebih bersifat proyek jangka pendek untuk menunjukkan capaian cepat. Namun, perawatan pasca pembangunan seringkali diabaikan, sehingga jalan dan jembatan yang dibangun tidak memiliki daya tahan jangka panjang. Dengan demikian, kritik masyarakat terhadap pembangunan infrastruktur jalan dan jembatan dalam program 100 hari Bupati Soppeng lebih menekankan pada aspek pemerataan, kualitas, transparansi, dan keberlanjutan. Kritik-kritik tersebut dapat menjadi masukan penting bagi pemerintah daerah untuk

memperbaiki kebijakan pembangunan, sehingga tidak hanya berorientasi pada pencapaian jangka pendek, melainkan juga berlandaskan pada prinsip keberlanjutan dan keadilan sosial.

Berdasarkan topik obrolan di warung kopi, bahwa pola kritik masyarakat terhadap program 100 hari Bupati Soppeng memiliki benang merah pada empat aspek utama, yaitu: (1) Penentuan prioritas yang dianggap lebih bersifat simbolik atau pencitraan; (2) Kualitas implementasi yang dinilai tidak optimal; (3) Transparansi dan akuntabilitas anggaran yang dipertanyakan; dan (4) Keraguan terhadap keberlanjutan program dalam jangka panjang.

Respons positif dari masyarakat terhadap Program 100 hari kerja Bupati Soppeng, menjadi penyeimbang dalam topik obrolan di warung kopi. Program pemberian seragam, sepatu, dan tas sekolah gratis dipandang sebagai bentuk kepedulian pemerintah daerah terhadap beban ekonomi keluarga, terutama bagi masyarakat kurang mampu. Bantuan tersebut dianggap dapat meringankan pengeluaran rumah tangga pada awal tahun ajaran baru, sehingga orang tua lebih fokus pada kebutuhan pendidikan lainnya. Masyarakat juga menilai pembangunan jalan dan jembatan sebagai langkah nyata pemerintah dalam memperbaiki aksesibilitas wilayah. Kecepatan pemerintah dalam memulai proyek infrastruktur pasca pelantikan bupati dinilai menunjukkan komitmen dan keseriusan dalam membangun daerah. Secara umum, respons positif masyarakat juga terlihat dalam apresiasi terhadap komitmen bupati yang segera merealisasikan janji politiknya. Hal ini menumbuhkan optimisme bahwa kepemimpinan baru membawa perubahan, meskipun masih terdapat banyak hal yang perlu diperbaiki.

Respons positif masyarakat yang diungkapkan dalam bentuk obrolan di warung kopi, memperlihatkan bahwa program 100 hari kinerja Bupati Soppeng memiliki signifikansi dalam membangun legitimasi politik dan menumbuhkan kepercayaan publik. Meskipun sebagian kritik tetap ada, keberadaan apresiasi dari masyarakat menunjukkan bahwa kebijakan yang berorientasi pada kebutuhan dasar masyarakat tetap relevan dan dihargai. Dengan demikian, program 100 hari dapat dipahami sebagai langkah awal yang berfungsi tidak hanya dalam dimensi pembangunan fisik dan sosial, tetapi juga dalam membangun hubungan emosional antara pemerintah daerah dengan masyarakatnya.

Program 100 hari kinerja Bupati Soppeng memperoleh beragam tanggapan dari masyarakat, yang secara umum terbagi dalam bentuk kritik maupun apresiasi positif. Perbedaan tanggapan ini memperlihatkan adanya dialektika penerimaan publik terhadap kebijakan, di mana masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga aktor yang menilai, menafsirkan, dan merespons arah kebijakan pemerintah daerah. Kritik masyarakat cenderung menyoroti orientasi jangka pendek program yang lebih menonjolkan pencitraan politik ketimbang solusi struktural. Namun, respons positif mengapresiasi keseriusan bupati yang segera merealisasikan janji kampanye, sehingga menumbuhkan optimisme publik terhadap arah pembangunan. Pola kritik masyarakat menekankan aspek prioritas, kualitas, transparansi, dan keberlanjutan, sedangkan pola apresiasi menekankan pada manfaat langsung, kecepatan realisasi, dan kepedulian pemerintah terhadap kebutuhan masyarakat. Dialektika ini menunjukkan bahwa penerimaan publik tidak bersifat hitam-putih, melainkan berada dalam spektrum ambivalensi: masyarakat kritis terhadap kelemahan kebijakan, tetapi sekaligus mengakui manfaat praktis yang dirasakan. Penerimaan publik terhadap program 100 hari Bupati Soppeng mencerminkan dinamika ruang publik lokal yang hidup, di mana kritik dan apresiasi berjalan beriringan sebagai bentuk partisipasi masyarakat dalam mengawal jalannya pembangunan daerah.

Kajian terhadap fenomena obrolan warung kopi ini penting, karena dapat memperlihatkan bagaimana masyarakat menginternalisasi, mengkritisi, dan merespons pesan pembangunan yang muncul pasca program 100 hari bupati. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada pemahaman mengenai fungsi ruang publik lokal dalam proses demokratisasi dan pembangunan daerah.

Tinjauan pustaka

1. Teori Ruang Publik

Warung kopi dapat dilihat sebagai ruang publik versi lokal yang khas Indonesia, karena menjadi tempat terjadinya interaksi sosial, pertukaran informasi, dan pembentukan opini publik dalam suasana egaliter dan informal. Dengan demikian, warung kopi tidak hanya sebatas menikmati secangkir kopi dan panganan lainnya, tetapi juga sebagai arena reproduksi wacana sosial dan kemasyarakatan.

Forum diskusi dengan format sederhana di warung kopi mengangkat isu-isu keseharian termasuk kebijakan pemerintah serta pembangunan lokal. Siapa pun dapat berpartisipasi dalam percakapan di warung kopi, sehingga melatih praktik orator meski dalam skala kecil. Walaupun diskusinya dalam format sederhana, namun dapat mencerminkan opini publik, sehingga warung kopi merupakan manifestasi dari ruang publik

Konsep ruang publik (*public sphere*) pertama kali dipopulerkan oleh Jürgen Habermas melalui karyanya *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1962). Habermas mendefinisikan ruang publik adalah zona netral tempat warga negara dapat berkumpul untuk mendiskusikan berbagai gagasan kultural, politik, ekonomi atau sosial terlepas dari kepentingan pribadi maupun dominasi kekuasaan (Deny Wahyu Tricana, 2013). Ruang publik menjadi wadah pertukaran gagasan yang berfungsi sebagai prasyarat terbentuknya opini publik yang demokratis.

Ruang publik menjadi medium untuk membentuk opini publik yang dapat memengaruhi kebijakan dan praktik politik. Aksesibilitas merupakan ciri utama dari ruang publik, yang merujuk pada keterbukaan ruang publik bagi semua warga masyarakat tanpa diskriminasi (Lalu Bintang Wahyu Putra, 2024). Aksesibilitas menjadi syarat utama agar ruang publik dapat berfungsi sebagai arena demokratis. Tanpa keterbukaan akses, ruang publik cenderung hanya dikuasai oleh kelompok tertentu (misalnya elit politik, ekonomi, atau intelektual), sehingga melemahkan fungsi ruang publik sebagai representasi suara masyarakat luas.

Diskursif adalah salah satu ciri utama dari ruang publik. istilah diskursif merujuk pada cara interaksi dan komunikasi warga yang bersifat rasional kritis. Artinya, diskusi yang terjadi di ruang publik tidak hanya berupa percakapan sehari-hari, tetapi lebih menekankan pada pertukaran argumen yang logis, terbuka, dan dapat diuji kebenarannya. Diskursif berarti bahwa partisipan dalam ruang publik menggunakan nalar dan argumentasi, bukan sekadar otoritas, emosi, atau kekuasaan, untuk meyakinkan orang lain.

Pentingnya Diskursif dapat membantu menghasilkan opini publik yang rasional dan dapat menjadi dasar legitimasi kebijakan. Serta menjaga kualitas demokrasi dengan menekankan substansi argumen, bukan status sosial atau kekuasaan yang dimiliki. Diskursif dalam ruang publik berarti bahwa percakapan yang berlangsung berbentuk dialog rasional kritis yang memungkinkan pertukaran argumen secara setara demi membentuk opini dan keputusan bersama.

Salah satu ciri utama dari ruang publik adalah bebas dari dominasi, berarti bahwa interaksi dan diskusi publik seharusnya berlangsung tanpa tekanan, paksaan, atau kontrol dari pihak yang lebih berkuasa, baik itu negara, pasar, maupun kelompok sosial tertentu. Artinya, setiap individu memiliki kesempatan yang setara untuk menyampaikan pendapatnya, dan kualitas argumenlah yang menjadi dasar diterimanya suatu pandangan, bukan karena status sosial, kekuatan ekonomi, atau posisi politik dari seseorang. Bebas dari dominasi bahwa ruang publik menjadi arena yang egaliter, di mana argumen dan pendapat dipertimbangkan berdasarkan kekuatan rasionalnya, bukan berdasarkan tekanan kekuasaan, uang, atau status sosial.

2. Opini Publik

Menurut Anwar Arifin (2011 : 193), opini publik adalah pendapat individu dan dinyatakan oleh banyak orang dalam masyarakat sebagai hasil diskusi intensif yang menyangkut kepentingan umum. Opini publik bukan sekadar kumpulan pendapat individu, melainkan hasil interaksi sosial yang terbentuk melalui proses komunikasi, diskusi, dan pertukaran informasi di ruang publik, baik secara langsung maupun melalui media massa dan media digital. Sedangkan menurut Hennessy 1975 (Muhtadi, 2008: 37) bahwa opini publik merupakan suatu pilihan yang dinyatakan oleh banyak orang terhadap suatu isu yang dipandang penting oleh masyarakat yang demogratis. Menurut Seitel (dalam Saleh Soemirat & Ardianto, 2005: 106) bahwa batasan publik adalah kelompok yang memiliki minat yang sama dalam masalah tertentu, dan opini adalah ekspresi sikap terhadap topik tertentu, maka akan diartikan sebagai pendapat umum atau opini publik (Aris, 2021). Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa opini publik yang berkembang di warung kopi merupakan hasil diskusi sebagai pandangan sikap atau penilaian orang banyak terhadap suatu isu, peristiwa, maupun kebijakan pemerintah.

Kebebasan berpendapat atau opini dari individu sebenarnya merupakan salah satu hak asasi yang pokok yang dimiliki manusia. Perbedaan dengan latar belakang sejarah, adat istiadat, dan kebudayaan akan secara langsung mewarnai perkembangan opini publik pada suatu daerah. Menurut Cangara (2015: 126) menyebutkan bahwa pendapat orang banyak disampaikan untuk kepentingan bersama, dan menjadi bahan perdebatan yang didasarkan pada banyaknya berita atau informasi yang beredar di masyarakat.

Opini publik merupakan salah satu bagian penting dalam kajian komunikasi, karena terbentuk dari pertukaran pesan dalam diskusi atau perdebatan antar individu dalam masyarakat. Menurut (Ramdan *et al.*, 2023: 780-791) Opini publik merujuk pada pandangan, pendapat, dan sikap kolektif dari sekelompok masyarakat terhadap isu-isu atau peristiwa tertentu. Arus informasi dari media akan dengan membentuk suatu opini, sehingga memperoleh dukungan secara luas oleh publik (Sahputra, 2019: 2).

Opini publik menjadi penentu legitimasi dalam masyarakat demokratis. Warung kopi sebagai ruang publik memberi tempat bagi warga untuk menyampaikan pandangan, yang pada akhirnya berpengaruh pada pengambilan keputusan politik maupun sosial. Keberadaan opini publik yang selalu lahir, berkembang, dan memengaruhi kehidupan sosial melalui proses komunikasi, sebab memahami opini publik berarti memahami bagaimana pesan memengaruhi masyarakat secara luas. Opini publik berfungsi memperkenalkan pendapat-pendapat yang menjadi kesepakatan kelompok dan anggotanya (Monica Ayu Caesar Isabela, 2022). Faktor

pendorong lainnya dalam memenangkan wacana publik adalah kemampuan memobilisasi opini publik (Effendy, 1992: 159).

Opini publik merupakan hasil konstruksi sosial terbentuk melalui diskusi dan interaksi dalam warung kopi (ruang publik), di mana berfungsi sebagai arena diskursif untuk membicarakan isu-isu sosial maupun politik tanpa dominasi kekuasaan formal. Percakapan di warung kopi membantu masyarakat melakukan *sense making* atas informasi yang beredar. Melalui interaksi tersebut, opini yang tadinya bersifat personal dapat terkonsolidasi menjadi opini kolektif. Diskusi yang terjadi menciptakan legitimasi sosial terhadap suatu pandangan.

Akumulasi opini publik yang berulang dan konsisten, akan membentuk citra publik. Sedangkan citra publik hanya sah dan diakui ketika dianggap benar oleh publik. Opini publik yang dominan akan diinternalisasi oleh masyarakat, artinya diterima sebagai kebenaran bersama (*social fact*). Hal ini terjadi karena adanya legitimasi media serta repetisi pesan yang sesuai dengan harapan atau aspirasi publik. Citra publik bersifat lebih permanen dibanding opini karena menjadi “identitas sosial” yang melekat pada tokoh/organisasi. Dengan kata lain, citra publik adalah wajah jangka panjang yang terbentuk dari opini publik yang konsisten melekat di benak masyarakat.

3. Komunikasi Pembangunan

Menurut Nasution (2004) yang mengutip Hedebro, berpendapat bahwa komunikasi dipandang sebagai sarana untuk menyebarkan informasi mengenai program, kebijakan, maupun gagasan pembangunan kepada masyarakat. Sedangkan media berperan sebagai kontrol terhadap pembuat kebijakan pembangunan. Peranan komunikasi dalam pembangunan tentu menjadi sebuah langkah vital dan menentukan dari keberhasilan pembangunan, salah satu indikasi dari berhasilnya proses pembangunan (Siregar, 2023).

Komunikasi bukan hanya satu arah (dari pemerintah ke masyarakat), tetapi juga memberi ruang agar masyarakat dapat menyampaikan aspirasi, kebutuhan, dan pandangan mereka. Partisipasi ini penting agar pembangunan sesuai dengan kondisi sosial budaya masyarakat setempat. Pembangunan diartikan sebagai usaha untuk memajukan kehidupan masyarakat, kemajuan yang dimaksudkan terutama adalah kemajuan material. Pembangunan pada akhirnya harus ditujukan pada pembangunan manusia yang kreatif, dan untuk bisa kreatif ini manusia harus merasa bahagia, aman, dan bebas dari rasa takut (Budiman, 1995: 13).

Konsep pembangunan yang ditawarkan melalui 4 (empat) isu pokok: (1) pertumbuhan; (2) akumulasi capital; (3) transformasi structural; dan (4) peran pemerintah. Konsep pembangunan pada dasarnya adalah upaya sistematis untuk menciptakan perubahan positif dalam kehidupan masyarakat melalui proses yang terencana, berkelanjutan, dan partisipatif, dengan orientasi pada kesejahteraan manusia secara menyeluruh. Melalui pembangunan yang dilakukan oleh banyak negara yang baru merdeka telah mengantarkan negara-negara tersebut memasuki tahapan modernisasi sebagai titik lompatan menuju kehidupan yang maju, sejahtera dan modern.

Pembangunan berkelanjutan adalah suatu proses pembangunan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhannya sendiri. Artinya, pembangunan tidak boleh hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi jangka pendek, tetapi harus memperhatikan 3 (tiga) dimensi utama: (1) Ekonomi, yaitu mendorong pertumbuhan yang inklusif, menciptakan

lapangan kerja, dan mengurangi kemiskinan; (2) Sosial, yaitu menjamin keadilan, pemerataan, akses pendidikan, kesehatan, serta peningkatan kualitas hidup; dan (3) Lingkungan, yaitu menjaga kelestarian alam, mengurangi polusi, mengelola sumber daya alam secara bijak, dan mengantisipasi perubahan iklim.

Pembangunan berkelanjutan tidak menganut model linear, melainkan mengakui bahwa pertumbuhan tidak dapat dicapai dengan mengorbankan segala hal lainnya. Pembangunan berkelanjutan memiliki beberapa ciri utama yang membedakannya dari model pembangunan konvensional. Ciri-ciri tersebut antara lain: (1) Berorientasi Jangka Panjang; (2) Holistik dan Seimbang (Integrasi Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan); (3) Keadilan Antar Generasi (*Intergenerational Equity*); (4) Keadilan Intra Generasi (*Intragenerational Equity*); (5) Efisiensi dalam Pemanfaatan Sumber Daya; (6) Partisipatif dan Inklusif; (7) Berbasis Lingkungan (*Eco-friendly*); dan (8) Adaptif terhadap Perubahan.

B.METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan cara mengumpulkan data dan menyajikannya dalam informasi yang akurat tentang pesan pembangunan pasca program 100 hari kinerja Bupati Soppeng pada obrolan warung kopi. Menurut Sugiyono (2017:35-36) penelitian deskriptif untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).

C.HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pesan Pembangunan di Warung Kopi

Warung kopi dalam konteks komunikasi pembangunan berfungsi sebagai ruang publik informal di mana pesan-pesan pembangunan dapat muncul, didiskusikan, bahkan diperdebatkan. pesan pembangunan dipahami sebagai informasi, gagasan, maupun ajakan yang berkaitan dengan proses perubahan sosial, ekonomi, politik, dan budaya yang lebih baik, sebagaimana menjadi tujuan pembangunan. Para penikmat kopi sering bertukar informasi mengenai program pemerintah. Pesan pembangunan di sini hadir dalam bentuk cerita dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang mudah diterima karena sifatnya akrab dan tidak formal.

Pesan pembangunan yang beredar di warung kopi ikut membentuk opini publik, seperti kenaikan pajak daerah terutama PBB yang ditempuh banyak daerah, akhirnya melahirkan gejolak. Namun kondisi berbeda di Soppeng, memilih tak menempuh kebijakan sama bahkan cenderung membuat warga lebih nyaman dengan berbagai kebijakan pajak gratis (Pemerintah Kabupaten Soppeng, 14 August 2025, <https://www.soppeng.go.id/kareba>). Dari sini opini kolektif terbentuk dan bisa memengaruhi penerimaan masyarakat terhadap program pembangunan.

Pesan pembangunan yang dibawa lewat media resmi (misalnya berita website resmi Pemerintah Kabupaten Soppeng) sering dianggap terlalu formal. Sering muncul diskusi kritis di warung kopi, bahkan resistensi terhadap program yang dianggap tidak berpihak pada masyarakat. Pesan itu diolah kembali secara horizontal antarwarga, sehingga lebih mudah

dipahami, dimaknai sesuai pengalaman sehari-hari, dan mendapat legitimasi sosial. Warung kopi berperan sebagai ruang diskursif tempat pesan pembangunan dinegosiasikan, ditafsirkan, dan disebar, sehingga memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik serta citra pembangunan di tingkat akar rumput.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan pembangunan pasca periode 100 hari pertama Kinerja Bupati Soppeng bidang sosial, adalah masyarakat berpendapat sangat baik (38%), Baik (30%), Cukup baik (18%), dan Tidak baik sebanyak (14%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat (68%) menilai program sosial khususnya dalam penanggulangan bencana banjir Bupati Soppeng dalam kategori baik hingga sangat baik. Ini menunjukkan bahwa pesan pembangunan yang dikomunikasikan pemerintah daerah mampu diterima secara positif oleh publik. Sebagian masyarakat (18%) menilai cukup baik. Artinya, terdapat persepsi bahwa pembangunan sosial sudah berjalan, tetapi masih ada ruang untuk peningkatan.

Angka di atas memperlihatkan bagaimana efektivitas pesan pembangunan di warung kopi, bahwa tingginya persepsi masyarakat sangat baik dan baik (68%) mengindikasikan keberhasilan komunikasi pemerintah dalam menciptakan citra positif. Dukungan positif dari mayoritas masyarakat memberikan legitimasi sosial politik kepada Bupati untuk melanjutkan program sosial. Data ini menunjukkan bahwa pesan pembangunan sosial pasca 100 hari Bupati Soppeng sudah cukup berhasil diterima masyarakat. Sedangkan masih adanya 32% publik yang menilai cukup baik dan tidak baik menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih partisipatif dan inklusif. Pemerintah perlu mengidentifikasi segmen masyarakat yang memberi penilaian negatif atau netral agar bisa dilakukan komunikasi persuasif maupun pemberdayaan langsung.

Pesan pembangunan pasca periode 100 hari pertama Kinerja Bupati Soppeng bidang ekonomi, adalah masyarakat berpendapat sangat baik (21%), Baik (38%), Cukup baik (18%), dan Tidak baik sebanyak (17%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas publik (59%) menilai pembangunan ekonomi berada dalam kategori baik, hingga sangat baik. Ini menunjukkan penerimaan positif atas program pembangunan ekonomi yang dilaksanakan. Citra pembangunan mendapatkan porsi "Sangat Baik", hal ini mengindikasikan bahwa pembangunan ekonomi sering kali membutuhkan waktu lebih lama untuk dirasakan dampaknya secara nyata, sehingga tantangan komunikasinya juga lebih besar. Efektivitas pesan pembangunan bidang ekonomi dinilai "Baik", bahwa program sudah dikomunikasikan dengan cukup jelas, meski belum mampu menciptakan kesan sangat baik sebesar kategori sosial (pada data sebelumnya). Kelompok yang menilai tidak baik (17%) cukup signifikan. Hal ini bisa terjadi karena masyarakat tidak merasa mendapatkan manfaat ekonomi langsung, atau karena komunikasi pemerintah belum menyentuh kelompok-kelompok tertentu.

Implikasi bagi pemerintahan Suwardi Haseng - Selle KS Dalle adalah harus lebih giat mengkomunikasikan capaian-capaian ekonomi dalam bahasa yang mudah dipahami masyarakat (misalnya melalui media lokal, tokoh masyarakat, atau ruang diskusi publik). Masyarakat perlu dilibatkan dalam program ekonomi (misalnya: UMKM, pertanian, dan perdagangan lokal). Partisipasi akan membuat mereka merasa memiliki, sehingga menurunkan angka ketidakpuasan. Data ini memperlihatkan bahwa pembangunan ekonomi di kabupaten Soppeng mendapat apresiasi positif (59%), tetapi belum sekuat pada sektor sosial. Dari perspektif komunikasi, pemerintah perlu meningkatkan kualitas pesan, memperluas saluran

komunikasi, dan memperkuat partisipasi masyarakat, agar persepsi sangat baik bisa meningkat di periode berikutnya.

Pesan pembangunan pasca periode 100 hari pertama Kinerja Bupati Soppeng bidang politik, adalah masyarakat berpendapat sangat baik (31%), Baik (38%), Cukup baik (24%), dan Tidak baik sebanyak (7%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas besar (69%) masyarakat menilai pembangunan politik dalam kategori baik hingga sangat baik. Hal ini memperlihatkan penerimaan publik yang cukup tinggi. Pemerintah daerah relatif berhasil membangun citra politik yang stabil, terbuka, dan komunikatif. Hal ini mungkin berkaitan dengan: (1) komunikasi yang lebih langsung (tatap muka, forum warga, musyawarah); dan (2) kehadiran simbol politik yang diterima masyarakat (kepemimpinan, gaya komunikasi bupati). Persentase “sangat baik” (31%) lebih tinggi dibanding sektor ekonomi (21%) tetapi sedikit lebih rendah dibanding sektor sosial (38%). Artinya, politik berada di tengah, cukup kuat karena berkaitan langsung dengan legitimasi dan representasi publik. Cukup baik (24%) menandakan bahwa masih ada masyarakat yang merasa politik di daerah berjalan, tetapi belum sepenuhnya transparan, partisipatif, atau konsisten. Tidak baik (7%) relatif kecil, mengindikasikan ketidakpuasan politik berada pada level rendah atau ketidakpercayaan masih ada tetapi tidak dominan.

Implikasi bagi pemerintahan Suwardi Haseng - Selle KS Dalle dengan pasca program 100 hari kinerja bupati Soppeng bidang politik, adalah adanya dukungan mayoritas memberi legitimasi kuat bagi bupati untuk melanjutkan programnya, sekaligus memperkuat kepercayaan politik masyarakat. Tingginya kategori cukup baik (24%) memberi sinyal bahwa sebagian masyarakat masih melihat ada keterbatasan transparansi, inklusivitas, atau ruang partisipasi. Dengan rendahnya kritik (7%), pemerintah perlu menjaga agar opini publik yang positif tidak berubah menjadi apatis, dengan cara membuka kanal komunikasi lebih luas (media lokal, forum diskusi, ruang publik seperti warung kopi).

2. Sikap Komunikator Pembangunan

Komunikator dalam komunikasi pembangunan adalah pihak yang menyampaikan pesan pembangunan kepada masyarakat, berupa pemerintah (bupati, camat, lurah, dan kepala desa), aparat, tokoh masyarakat, media massa, maupun LSM yang terlibat dalam proses pembangunan. Seorang komunikator pembangunan harus memiliki sikap kredibilitas (*credibility*) yaitu dipandang jujur, konsisten, memiliki kompetensi (menguasai materi pembangunan) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya). Serta sikap empati (*empathy*), yaitu pesan yang disampaikan lebih menyentuh kepentingan masyarakat, bukan sekadar jargon. Sikap komunikator pembangunan pada dasarnya adalah bagaimana komunikator menampilkan diri, sehingga pesan pembangunan dapat diterima efektif. Komunikator bukan hanya sekadar penyampai informasi, tetapi juga menjadi agen perubahan sosial yang mampu menggerakkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

Bupati Soppeng menyampaikan laporan capaian program 100 hari secara terbuka melalui forum resmi maupun media lokal, sehingga masyarakat melihat adanya kejelasan arah pembangunan. Pemerintahan Suwardi Haseng - Selle KS Dalle turun langsung meninjau lokasi yang terdampak banjir dan berdialog dengan warganya. Melalui pidato-pidato resminya,

Bupati menekankan bahwa pembangunan di bidang sosial, ekonomi, dan politik akan membuka peluang ekonomi baru sehingga menumbuhkan harapan bagi masyarakat.

Orang yang sering berkunjung sekaligus berbicara tentang program 100 hari kinerja Bupati Soppeng di warung kopi, yang tidak sengaja berperan sebagai Aktivistik komunikasi pembangunan. Orang ini, meski bukan pejabat resmi atau juru bicara pemerintah dapat berperan sebagai “aktivis komunikasi pembangunan tidak formal”. Artinya, ia menjadi perpanjangan pesan pembangunan dalam ruang publik, terutama jika sering berbicara di warung kopi, forum warga, atau media sosial. Orang tersebut turut membatu menyebarkan informasi mengenai program pembangunan ke masyarakat luas, melalui diskusi atau perdabatan yang sangat alot di warung kopi. Pandangannya bisa mempengaruhi opini publik, apalagi jika ia dikenal, dipercaya, atau sering jadi rujukan warga. Pernyataannya bisa memotivasi warga untuk ikut mendukung, mengkritisi, atau berpartisipasi dalam program pembangunan.

Aktivis komunikasi pembangunan tidak asal berdebat di warung kopi. Aktivis dibantu oleh media memberi pengetahuan, wawasan, dan pemahaman kepada masyarakat tentang pembangunan. Media merupakan sarana penting dalam komunikasi pembangunan selain sebagai kontrol sosial, juga berperan sebagai ruang diskusi, kritik, dan partisipasi masyarakat terkait pembangunan. Media dapat membangkitkan semangat masyarakat untuk terlibat aktif dalam pembangunan, dengan menampilkan berita tentang aksi warga melakukan gotong-royong pasca banjir. Media menjembatani antara pemerintah, pelaksana pembangunan, dan masyarakat, sehingga tercipta komunikasi dua arah. Media dalam pembangunan tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga mengontrol, mengedukasi, memotivasi, dan memfasilitasi partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

D.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa di atas dapat disimpulkan bahwa media berperan sangat signifikan dalam penyampaian pesan pembangunan khususnya pada program 100 hari kinerja Bupati Soppeng tahun 2025. Media memiliki posisi strategis dalam memastikan pesan pembangunan dari pemerintah dapat dipahami, diterima, dan dievaluasi oleh masyarakat. Media memberi penjelasan mendetail tentang manfaat program, sehingga masyarakat tidak hanya tahu, tetapi juga mengerti. Pemberitaan media memengaruhi cara masyarakat menilai kinerja Bupati, apakah positif, kritis, atau netral. Media tidak hanya menjadi corong informasi pemerintah, tetapi juga berperan edukatif, persuasif, kritis, dan partisipatif. Peran signifikan ini menjadikan media sebagai pilar utama komunikasi pembangunan, karena mampu mempercepat aliran informasi sekaligus membentuk opini publik yang konstruktif.

Banyaknya warung kopi di kabupaten Soppeng, memberikan peluang kepada Aktivis komunikasi pembangunan untuk memanfaatkan warung kopi sebagai ruang publik. Banyak warung kopi bukan sekadar tempat bersantai, tetapi juga berfungsi sebagai arena diskusi secara bebas tentang isu sosial dan politik serta pembentukan opini publik. Melalui diskusi, aktivis dapat mengajak masyarakat menilai secara kritis apakah pembangunan sudah sesuai kebutuhan warga. Aktivis bersama warga dapat menjadikan obrolan di warung kopi sebagai sarana mengawasi transparansi dan akuntabilitas pembangunan. Warung kopi di Kabupaten Soppeng bukan sekadar tempat nongkrong, tetapi berpotensi menjadi ruang publik alternatif yang efektif

untuk komunikasi pembangunan. Aktivis komunikasi pembangunan dapat memanfaatkannya untuk edukasi, partisipasi, advokasi, dan kontrol sosial, sehingga pembangunan menjadi lebih partisipatif dan berorientasi pada kepentingan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiah, Asmini, Yusri (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konflik dan Produktivitas Sumber Daya Manusia*. Jateng: CV. Amerta Media.
- Andi Syadaruddin, Sirajuddin, Arifuddin, Yusri. (2025) *Pemanfaatan Media Center Paslon Sukses Dalam Membentuk Opini Publik Pada Pilkada Soppeng 2024*. KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu. Vol. 4 No. 3 September 2025. <https://koloni.or.id/index.php/koloni/article/view/737>
- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aris, (2021). *Pengertian Opini Publik: Unsur, Bentuk, Fungsi, dan Pengaruhnya*. Gramedia Blog dalam <https://www.gramedia.com/literasi/trigger->
- Asrianto, Nurdin Latif, Andi Syahrul Makkuradde. (2024) *Manajemen Organisasi dan Kepemimpinan: Motivasi Kerja, Iklim Kerja, Kepuasan Kerja, dan Budaya Lokal dalam Meningkatkan Disiplin Bekerja, Maupun Produktivitas Kerja*. Jateng: CV. Amerta Media.
- Budiman, Arif, (1995). *Teori Pembangunan Dunia Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara. Hafied (2015). *Komunikasi Politik: konsep, teori dan strategi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Deny Wahyu Tricana, (2013). *Media Massa dan Ruang Publik (Public Sphere), Sebuah Ruang yang Hilang*. Journal ARISTO Vol 1 No 1 (2013). <https://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/issue/archive>
- Effendy, Onong Uchjana, (1992). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ibrahim, Haryanto, Ramlawati, Dkk. (2025) *Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan*. Jateng: CV. Amerta Media.
- Jaya, Andi Basri, A. Rosdiana, A. Najamuddin Hamzah, Dkk. (2023) *Buku Ajar Kecakapan Antar Personal: Suatu Pengantar Komunikasi Interpersonal*. Jawa Timur: CV. Kanaka Media.
- Lalu Bintang Wahyu Putra, (2024). *Mewujudkan Kota Inklusi: Inklusivitas dan Aksesibilitas Ruang Publik bagi Penyandang Disabilitas di Kota Yogyakarta*. TheJournalish: Social and Government. Volume 5 Nomor 2 Juli 2024. <https://thejournalish.com/ojs/index.php/thejournalish/index>
- Monica Ayu Caesar Isabela (ed), 14/04/2022, 04:00 WIB. "Opini Publik: Fungsi, Ciri, dan Unsur" (artikel), Kompas.com <https://nasional.kompas.com>.
- Muhtadi, Asep Saeful, (2008). *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Pemerintah Kabupaten Soppeng, 14 August (2025). *Pajak Bergejolak di Daerah Lain, Soppeng Justru Tempuh Kebijakan Tetap dan Gratis*. https://www.soppeng.go.id/kareba/baca_berita/pajak-bergejolak-di-daerah-lain-soppeng-justru-tempuh-kebijakan-tetap-dan-gratis
- Ramdan, et.al, (2023). *Analisis Perbandingan Komunikasi Politik Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, Anies Baswedan Melalui Video “3 Bacapres Bicara Gagasan” di Channel YouTube Najwa Shihab*. Prosiding Seminar Nasional.
- Sahputra, Dedi, (2019). *Politik dan Media Massa dalam Dinamikanya Dengan Pendapat Umum, Komunikasi Massa, Komunikasi Politik Dan Civil Societ*. Jakarta: Semesta Rakyat Merdeka.
- Saleh Soemirat & Ardianto. (2005). *Dasar-Dasar Publik Relations*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Siregar, Rendi Budi Syahputra, et.al. (2023). *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Komunikasi Pembangunan di Kota Medan*. Sibatik Journal, Vol. 2 No. 3 (February 2023). <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK>.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutomo, Andi, Amal, Riska Sucianti, Dkk. (2024) *Perspektif Kepuasan Kerja Dalam Organisasi: Suatu Pendekatan Teoritis dan Pendekatan Praktis*. Klaten: CV. Idebuku.
- Sulsel Info.Com. <https://www.sulselinfo.com/2024/12/program-kerja-tanpa-tunggu-sukses-membantu-membersihkan-longsoran/>
- Tribun Timur.com. <https://makassar.tribunnews.com/2024/11/20/daftar-program-suwardi-haseng-selle-ks-dalle->.
- Yusri, Cita St. Munthakhabah R, Rahmaniar Rachman, Dkk. (2023) *Buku Ajar Ergonomika: Psikologi Kerja, Kesehatan Kerja, dan Keselamatan Kerja (K3)*. Jateng: CV. Amerta Media.
- Yuyun, Guntur, Yanto Naim, Dkk. (2023) *Etika Profesi Pada Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Jateng: CV. Amerta Media.