

BUKTI KORESPONDENSI

ARTIKEL JURNAL NASIONAL TERINDEKS SINTA 2

Judul artikel : Manajemen Komunikasi Pelaku Reklamasi Ilegal Nggacar di Pesisir Surabaya

Jurnal : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 20, Nomor 1, Juni 2023: 57-78

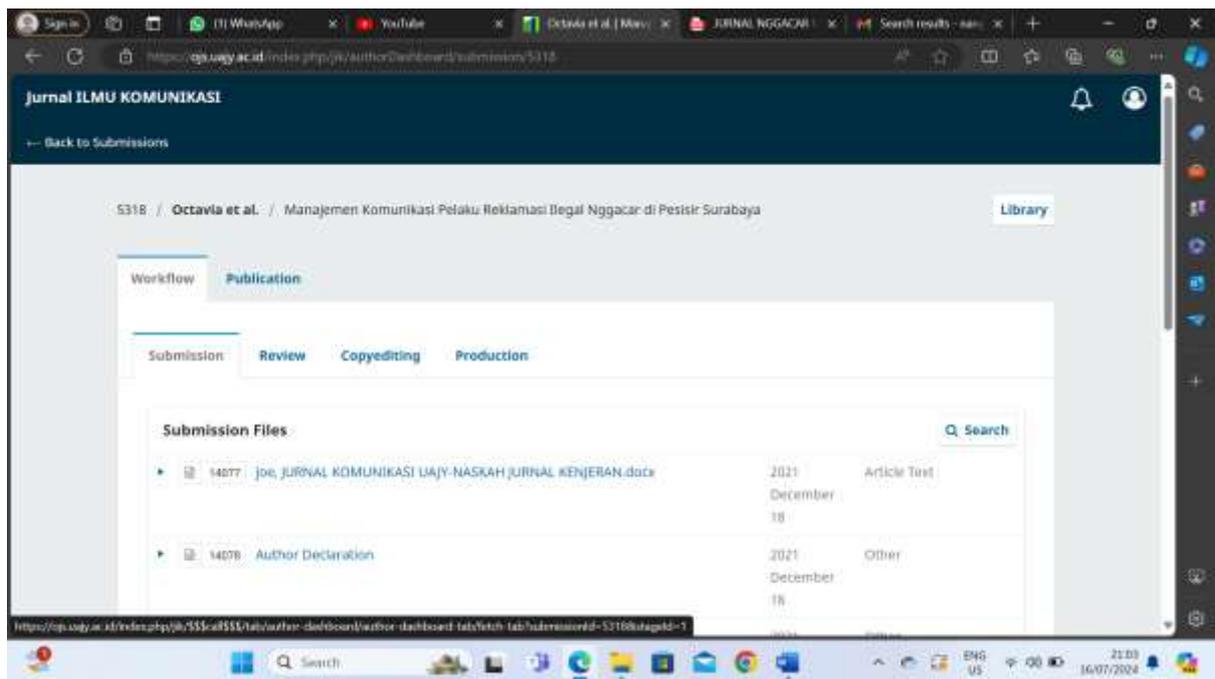
Penulis : Shanice Priscilla Octavia

Nanang Krisdinanto (penulis koresponden)

Akhsaniyah

Nomor	Perihal	Tanggal
1.	Bukti konfirmasi submit artikel dan artikel yang disubmit	18 Desember 2021
2.	Bukti Konfirmasi Review dan Hasil Review Pertama	25 Maret 2022
3.	Bukti Konfirmasi Submit Revisi Pertama, Respon kepada Reviewer, dan Artikel yang Diresubmit	4 April 2022
4.	Bukti konfirmasi review dan hasil review kedua	28 Juni 2022
5.	Bukti konfirmasi submit revisi kedua, respon kepada reviewer, dan artikel yang diresubmit	1 Juli 2022
6.	Bukti konfirmasi artikel accepted	13 Februari 2023
7.	Bukti konfirmasi artikel published online	19 Februari 2023

**1. Bukti Konfirmasi Submit Artikel
dan Artikel yang Disubmit
(9 Juli 2023)**



Bukti naskah yang dikirim

Manajemen Komunikasi Pelaku Reklamasi Ilegal: Studi Fenomenologi Praktik ‘Nggacar’ di Pesisir Surabaya

Shanice Priscilla Octavia, Nanang Krisdinanto*, Akhsaniyah

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Jl. Dinoyo 42-44, Surabaya 60625

Email: shanicepriscilla99@gmail.com

Abstract: *This study focuses on the communication management of perpetrators of illegal reclamation practices on the coast of Surabaya. In the local language, this practice is called gacaran. This study aims to understand the communication management of actors that allowed this practice to be carried out as a normal thing. The study used a qualitative approach with phenomenological methods. The findings show that reclamation actors interpret it as a legitimate practice, the historical right of indigenous people to enjoy the economic potential of their ancestral lands, and an instrument of protest against reclamation by large housing developers.*

Keywords: Reclamation, Nggacar, Communication Management, Phenomenology.

Abstrak: Kajian ini berfokus pada manajemen komunikasi pelaku praktik reklamasi ilegal di pesisir Surabaya. Dalam bahasa lokal, praktik ini disebut *nggacar* dan lahan reklamasinya disebut tanah *gacaran*. Penelitian ini bertujuan memahami manajemen komunikasi pelaku yang memungkinkan praktik ini dilakukan sampai sekarang sebagai hal normal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Temuan menunjukkan, pelaku reklamasi memaknainya sebagai praktik sah, hak sejarah warga asli untuk menikmati potensi ekonomi tanah leluhur, dan menjadikannya sebagai instrumen protes terhadap reklamasi yang dilakukan pengembang perumahan besar.

Kata Kunci: Reklamasi, Nggacar, Manajemen Komunikasi, Fenomenologi.

Riset ini bertitik-tolak dari dua hal. Pertama, mengutip Kalalo (2016: p. 52), sampai sekarang secara ekonomi nelayan masih bergulat dengan kemiskinan, meskipun laut memiliki potensi melimpah. Kedua, merujuk kajian Aminah (2015: p. 69) tentang problematika kekuasaan dalam penataan ruang Kota Surabaya yang menghasilkan temuan bahwa Pemkot Surabaya mengabaikan perlindungan hutan mangrove dan pantai. Di kawasan tersebut, sebagian ruang diubah menjadi ruang komersial yang merupakan cerminan

kekuatan pemilik modal. Meskipun mendapatkan perlawanan dari masyarakat (nelayan dan masyarakat yang sebagian besar menggantungkan hidupnya pada potensi pantai itu), tetapi Pemkot Surabaya condong berpihak kepada pemilik modal. Izin reklamasi pantai (termasuk di kawasan Pantai Kenjeran) mencerminkan asumsi bahwa pesisir merupakan wilayah tidak bermanfaat dan karena itu perlu dibangun.

Pada saat bersamaan, muncul fenomena menarik di masyarakat pesisir Pantai Kenjeran, termasuk di Sukolilo

Baru, Kec. Bulak yang menjadi lokasi penelitian. Kawasan ini merupakan kampung nelayan karena letaknya berdampingan dengan pantai, dan warganya kebanyakan menjadi nelayan. Dalam kurun waktu 30 tahun, muncul persoalan terkait tersedianya lahan yang bisa digunakan menjemur hasil laut dan kesulitan pemukiman. Hal tersebut kemudian membuat warga melakukan pengurukan (reklamasi) untuk menciptakan ruang tambahan.

Sejumlah pihak termasuk DPRD Surabaya melihat tindakan ini sebagai reklamasi liar, karena melanggar Perda Provinsi Jatim Nomor 1 Tahun 2018 tentang Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau kecil Provinsi Jawa Timur Tahun 2018-2038 (Rasi, 2019). Warga melakukan pengurukan di pesisir pantai untuk membuat daratan baru dengan menggunakan pasir dan batu. Awalnya, daratan baru itu digunakan untuk menjemur hasil laut, tetapi sejumlah warga memakainya untuk membangun

pemukiman. (KBID, 2019). Yang kemudian juga menjadi masalah adalah munculnya praktik jual-beli lahan reklamasi liar tersebut yang banyak menimbulkan sengketa hukum (Hakim, 2019).

Mengutip Kusnadi (2009: p. 39), masyarakat nelayan memiliki sejumlah karakteristik, yaitu mempunyai etos kerja tinggi, hubungan sosial amat kuat, memiliki kemampuan adaptasi dan solidaritas sosial, serta kompetitif. Dengan merujuk karakteristik itu, praktik reklamasi dan jual-beli lahan reklamasi tersebut bisa dilihat sebagai bentuk adaptasi mereka terhadap masalah ekonomi yang terkait kesulitan lahan penjemuran ikan dan tempat tinggal. Sebelumnya, karena keterbatasan lahan warga harus menjemur ikan hasil tangkapan di sekitar rumah atau di pinggir jalan. Sedangkan terkait tempat tinggal, banyak rumah di Sukolilo Baru dihuni lebih dari satu keluarga. Karena harga tanah atau rumah semakin sulit dijangkau, warga mengambil cara pintas. Warga yang

halaman belakang rumahnya berbatasan dengan pantai melakukan pengurukan untuk menambah daratan.

Dengan demikian, terdapat dua kelompok pelaku reklamasi dengan kebutuhan berbeda. Kelompok pertama merupakan nelayan yang memerlukan penambahan lahan untuk menjemur hasil laut. Yang kedua adalah warga membutuhkan lahan untuk hunian. Mengutip Harmaini et al. (2017: p. 47), ada identitas sosial yang selalu melekat kepada individu anggota kelompok, dan bersumber dari keanggotaan, nilai, atau signifikansi. Identitas ini bersumber dari nilai atau signifikansi keanggotaan individu tersebut di dalam kelompok sosial. Kedua kelompok pelaku reklamasi tersebut merupakan kelompok yang punya ikatan emosional berdasarkan kesamaan tempat tinggal dan masalah yang dihadapi.

Dalam konteks ini, kajian berfokus pada pengalaman komunikasi pelaku reklamasi terkait aktivitas reklamasi yang dianggap ilegal tersebut. Mulyana (2009:

p. 108) menyatakan, “Kita tidak dapat tidak berkomunikasi (*we cannot not communicate*)”. Pada hakikatnya, manusia tak dapat berhenti berkomunikasi. Setiap tindakan seseorang selalu punya potensi ditafsir orang lain. Kemampuan seseorang berkomunikasi dipengaruhi oleh *field experience* (bidang pengalaman) yang dimiliki. Ada yang disebut sebagai perspektif ganda ketika seseorang berkomunikasi, yaitu ketika seseorang tersebut berupaya memahami pikiran atau sudut pandang orang yang diajaknya berkomunikasi. Itu sebabnya, dalam berkomunikasi seseorang harus memahami tindakan atau pikiran orang yang diajaknya berkomunikasi (Wood, 2018: p. 36). Seseorang akan membawa pengalaman unik masing-masing tatkala berkomunikasi, dan hal itu ikut memengaruhi proses komunikasi yang mereka lakukan (West and Turner, 2014: p. 13). Dari sini akan muncul pemahaman dengan berdasar pengalaman bersama, yaitu individu sebagai bagian dari kelompok (Kuswarno,

2009: p. 18). Tetapi tetap saja individu di dalam kelompok akan memiliki pemahaman dan pemaknaan masing-masing dalam menjelaskan pengalaman mereka.

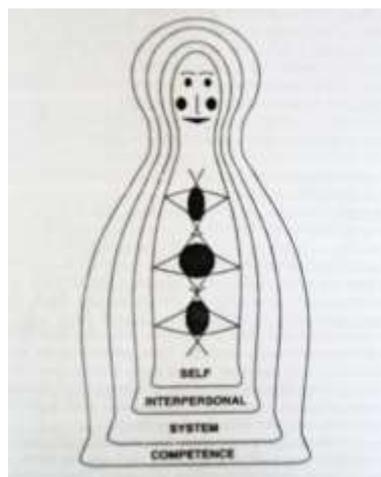
Dalam kajian ini, peneliti berfokus pada manajemen komunikasi (sebagai bagian dari pengalaman komunikasi) para pelaku reklamasi yang dianggap liar atau ilegal di Sukolilo Baru (Pantai Kenjeran) Surabaya. Manajemen komunikasi, menurut Kuswarno (2009: p. 118), terkait dengan proses interaksi sosial yang memengaruhi pemaknaan atau interpretasi seseorang dalam menerima pesan. Ketika seseorang menginterpretasi pesan, maka akan terbentuk makna yang menjadi pola dasar dari tindakan orang tersebut. Dalam konteks kelompok, manajemen komunikasi bisa dilihat dari cara kelompok mengelola komunikasi dalam tatanan individual anggota kelompok. Selain itu, hubungan dengan individu lain di luar kelompok juga bisa dijelaskan lewat manajemen komunikasi.

Dalam konteks manajemen kelompok inilah menarik untuk diketahui bagaimana kompetensi komunikasi para pelaku reklamasi ini dalam mempertahankan praktik ini selama puluhan tahun (sejak 1990-an). Respon para pelaku ketika dianggap melakukan praktik ilegal menunjukkan bagaimana mereka menjalankan manajemen komunikasi sebagai bentuk pertahanan diri. Saat diwawancarai wartawan, pelaku reklamasi menolak praktik tersebut disebut reklamasi, melainkan revitalisasi. Alasannya, lokasi yang direklamasi merupakan milik nenek moyangnya yang tergerus air laut. Apalagi pihak RT, RW dan kelurahan diklaim menyetujui reklamasi yang dilakukan atas inisiatif warga ini, dan pelaku menerima SPPT (Surat Pemberitahuan Pajak Terutang) yang harus dibayar tiap tahun (Rasi, 2019). Warga pelaku reklamasi juga melakukan protes ketika ditertibkan, dan mempertanyakan reklamasi juga yang dilakukan para

pengembang di wilayah tersebut (Zahroh, 2017).

Mereka ini terlihat mengambil sikap defensif terhadap praktik reklamasi yang mereka lakukan dan menyebutnya sebagai hak warga. Muncullah konsep ke-“kita”-an yang mengekspresikan identitas sosial kelompok tersebut. Seperti dijelaskan Goldberg & Larson (2006: p. 24-25), pengambilan mengambil keputusan terkait topik tertentu di dalam suatu kelompok pasti melibatkan manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi kelompok warga pelaku reklamasi tersebut terjadi ketika anggotanya saling berinteraksi dan

memunculkan makna subjektif terkait pengalaman reklamasi tersebut. Untuk mengurai pengalaman dalam manajemen komunikasi para pelaku praktik reklamasi ini peneliti menggunakan model manajemen komunikasi yang dikembangkan Kaye (1992) yang diilustrasikan dalam bentuk “Boneka Matouschka Rusia” (*Russian Matouschka Doll*). Model ini sering digunakan para peneliti untuk menjelaskan manajemen komunikasi yang dilakukan berbagai kelompok atau individu dalam kelompok. Kaye menggambarkan model ini yang dapat diamati pada Gambar 1:



Gambar 1: Model Manajemen Komunikasi Michael Kaye
Sumber: Kaye (1992)

Boneka ini diilustrasikan terdiri dari empat ukuran. Boneka paling besar merupakan pelapis bagi boneka-boneka yang lebih kecil di dalamnya. Boneka terkecil menggambarkan “Diri” atau *The Self*, yang menunjukkan bahwa pemahaman akan diri seseorang merupakan langkah awal dalam meraih keberhasilan pengelolaan diri orang yang bersangkutan. Boneka ini merupakan bagian intrapersonal dari model manajemen komunikasi. Boneka yang lebih besar (melapisi *The Self*) menunjukkan dimensi interpersonal yang berfokus pada hubungan diri (*The Self*) dengan orang lain. Boneka ini mengilustrasikan bagaimana komunikasi antar manusia bisa saling memengaruhi dan menghasilkan perubahan sebagai hasil dari interaksi tersebut. Boneka selanjutnya (yang melapisi Interpersonal) menggambarkan masyarakat dalam sistem (*People in System*); yang berbicara mengenai budaya, aturan, norma, nilai, hingga aktivitas yang ada dalam sistem manusia tersebut. Boneka terbesar yang

melapisi tiga boneka di bawahnya disebut Boneka Kompeten (*Competence Doll*), yang menunjukkan bahwa “kompeten” dalam manajemen komunikasi artinya individu dapat mengembangkan kendali akan dirinya dan dapat mengubah sistem sosial. Keempat lapisan Boneka Matouschka tersebut berbicara mengenai kompetensi seseorang dalam menampilkan komunikasi terbaik yang dapat dilakukan pada lingkungannya. Dalam konteks komunikasi kelompok, kompetensi ini erat kaitannya dengan kemampuan anggota untuk memahami ideologi kelompok.

Hal tersebut menjadi tujuan penelitian ini, yaitu menguraikan bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan pelaku reklamasi di pesisir Pantai Kenjeran melalui pengalaman masing-masing. Melalui model Boneka Matouschka Rusia ini, masing-masing dimensi manajemen komunikasi dalam pengalaman mereka akan diurai, yang kemudian bisa digunakan untuk menjelaskan pemaknaan mereka terhadap

praktik yang dianggap ilegal tersebut. Sebelumnya, sejumlah peneliti telah melakukan penelitian terkait tema ini. Tema reklamasi pernah dikaji oleh Nugroho & Widya (2019) terkait kasus reklamasi di Bali; Yulianti, Ikhwan, & Zaman (2015) terkait reklamasi pesisir selatan Madura; Puspasari, Hartati, & Anggawangsa (2017) terkait reklamasi Teluk Jakarta; Kalalo (2009) tentang hak masyarakat pesisir; Aminah (2015) tentang konflik tata ruang di Surabaya yang menyangkut reklamasi pantai timur dan selatan Surabaya; atau Hasyim & Ohoiwutun (2017) tentang masyarakat pesisir di Maluku Tenggara. Sedangkan kajian terkait pengalaman atau manajemen komunikasi namun terhadap kelompok yang berbeda pernah dilakukan Tabrani (2020) terhadap pekerja asing di Indonesia; Nurtyasrini & Hafiar (2016) yang membahas pengalaman komunikasi terkait kesehatan diri pemulung di TPA Bantar Gebang; Permana & Suzan (2018) tentang pengalaman komunikasi penggemar

budaya Jepang; Yadani (2017) tentang pengalaman komunikasi pengungsi Afghanistan di Kecamatan Rumbai; dan Utamidewi, Mulyana, & Rizal (2017) yang mengulas pengalaman komunikasi keluarga mantan buruh migran.

Dari tema penelitian yang beragam tersebut (baik yang terkait reklamasi maupun pengalaman serta manajemen komunikasi) belum tampak yang berfokus pada pengalaman atau manajemen komunikasi masyarakat pesisir. Sedangkan penelitian terkait manajemen atau pengalaman komunikasi yang lain lebih banyak berfokus pada persoalan budaya atau gaya hidup. Kajian sebelumnya tentang reklamasi atau masyarakat pesisir pantai lebih banyak yang berfokus pada aspek ekonomi politik atau ekonomi pembangunan yang cenderung berlevel makro, sedangkan riset ini memusatkan perhatian pada dinamika level mikro yang tecermin pada pengalaman dan manajemen komunikasi para pelaku reklamasi. Dari hal tersebut akan bisa dilacak akar persoalan

reklamasi ini, misalnya mengapa praktik ini sulit dihentikan sejak tahun 1990 meski dianggap ilegal dan terus mendapat tekanan dari pemerintah kota. Apalagi, penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yang memang berfokus pada pengalaman dan pemaknaan individu, dan menguraikan fenomena dari sudut pandang yang mengalami.

Dengan demikian, deskripsi data pengalaman dan pemaknaan para pelaku reklamasi ini akan memiliki signifikansi praktis dalam pencarian solusi. Sedangkan secara teoritis, kajian ini bisa digunakan untuk mengisi celah yang kurang dibahas pada penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu dimensi mikro (atau kesadaran individu) dari praktik reklamasi yang dianggap liar atau ilegal ini.

METODE

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif yang menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan

dokumen, yang kemudian dianalisis secara induktif (Lune & Berg, 2017: p. 17). Untuk menunjang pengambilan data, riset ini menggunakan metode fenomenologi dengan mengikuti pikiran Husserl yang memfasilitasi peneliti untuk memahami pengalaman dan manajemen komunikasi pelaku reklamasi dari sudut pandang mereka sendiri. Di lapangan peneliti menjalankan apa yang disebut presuposisi, yaitu menghindari asumsi yang dipasang sebelumnya (terkait praktik reklamasi liar) dan membiarkan pengalaman subjek penelitian menjelaskan dirinya sendiri sebagaimana yang dimaksud dalam fenomenologi (Conklin 2014: p. 117).

. Subjek penelitian dipilih dengan mempertimbangkan hal berikut: 1) mengalami peristiwa yang diteliti; 2) bisa menceritakan peristiwa yang dialami; 3) suka rela menjadi subjek riset (Creswell, 2007: p. 118). Subjek merupakan pelaku reklamasi di Sukolilo Baru, Kec. Bulak, Surabaya, yang bisa dilihat di tabel berikut ini.

Tabel 1: Daftar Subjek Penelitian

No.	NAMA	USIA	PEKERJAAN	KETERANGAN
1.	Anang Purwanto	47	Nelayan	Ketua RW 02, Kel. Sukolilo Baru, Kec. Bulak, Surabaya dan Wakil Ketua Paguyuban Udang Rebon Punya lahan reklamasi untuk penjemuran ikan
2.	Hamukah	58	Nelayan	Tetua Sukolilo Baru, anggota Paguyuban Udang Rebon, dan Wakil DPD HNSI Cab. Surabaya Memiliki lahan reklamasi untuk rumah sekaligus penjemuran
3.	Rochman	49	Nelayan	Penduduk asli Sukolilo Baru Punya dua lahan reklamasi untuk tempat tinggal dan lahan penjemuran
4.	Aunun Rofiq	52	Nelayan	Penduduk asli Sukolilo Baru. Memiliki lahan reklamasi yang digunakan untuk rumah sekaligus penjemuran.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Data digali melalui wawancara mendalam. Mengutip Seidman (2006: p. 16), tujuan wawancara mendalam dalam penelitian fenomenologi bukanlah untuk mendapat jawaban atau evaluasi, tetapi untuk memahami pengalaman yang dialami manusia dan makna yang mereka konstruksikan pada pengalaman tersebut. Untuk melakukan proses wawancara, peneliti terjun ke lapangan pada rentang bulan Januari hingga April 2021.

HASIL

Untuk mempermudah memahami hasil penelitian, bagian ini disusun menjadi dua bagian. Bagian pertama akan menguraikan konteks masyarakat Sukolilo

di mana praktik reklamasi yang dianggap liar ini berjalan. Bagian kedua berupaya menyelami bagaimana warga atau pelaku memaknai praktik reklamasi yang mereka lakukan.

‘Nggacar’ dan Problem Ekonomi di Masa Pandemi

Jika istilah reklamasi ditanyakan kepada warga Sukolilo Baru, biasanya mereka cenderung menolak. Mereka merasa istilah tersebut terlalu abstrak dan “muluk-muluk.” Warga lebih memilih kata *nggacar* untuk menjelaskan praktik pengurusan lahan atau reklamasi. Kata ini berasal dari campuran Jawa *ngoko* (*Suroboyoan*) dan Jawa khas wilayah Gresik (*Gresikan*) yang sehari-hari

digunakan warga setempat. Sedangkan lahan reklamasi yang sudah diurug dan telah menjadi daratan baru disebut tanah *gacaran*. Untuk selanjutnya, istilah *nggacar* akan lebih banyak digunakan dalam uraian berikutnya. Sukolilo Baru merupakan salah satu kampung yang menjadi sasaran utama program pemerintah. Mayoritas warganya yang menjadi nelayan membuat mereka mendapat perhatian ekstra karena kompleksitas masalah yang muncul, seperti kemiskinan, kepadatan penduduk, hingga perekonomian rakyat yang harus terus berputar. Apalagi, sebagai nelayan pendapatan warga bergantung pada musim dan cuaca, faktor alam yang tidak dapat dikontrol.

“Ya mulai dari Corona itu bersamaan dengan cuaca kurang bersahabat, banyak hujan angin, bahkan puting-beliung. Jadi pendapatan nelayan ndak jelas. Apalagi ditambah Corona, kalau ndak Corona sekitar 200-300 ribuan, kondisi sekarang ya 50-70 ribuan. Ndak cukup, banyak liburnya.” (Anang Purwanto, 07/04/2021)

Menurunnya pendapatan ini bukan hal baru bagi nelayan, bahkan sejak sebelum pandemi menyerang mereka tetap memiliki siklus pendapatannya sendiri. Dalam satu tahun, ada masa di mana mereka mendapat pendapatan melimpah, dan ada masa di mana harus menggunakan sisa tabungan untuk bertahan hidup. Secara umum, mengutip Kusnadi (2009: p. 39), masalah masyarakat nelayan berputar pada hal-hal seperti kesenjangan sosial dan kemiskinan, selain juga masalah akses modal, teknologi, pasar, kualitas SDM, degradasi sumber daya lingkungan, dan kebijakan pembangunan yang tidak berpihak.

“Kami pernah dijanjikan insentif Rp 1-2 juta per bulan. Sampai sekarang warga nelayan masih menanyakan ke saya, artinya warga sangat membutuhkan insentif itu. Katanya bulan Juli akan dijadikan kartu pariwisata, dan para nelayan-nelayan itu ditenagakerjakan untuk wisata. Itu janjinya. Gaji RT RW 1 jutaan, sampek sekarang nyatane yo gak dikasih.” (Anang Purwanto, 07/04/21)

Hamukah dan satu warga yang ikut mengobrol bersama peneliti mengeluhkan betapa mereka membutuhkan bantuan pemerintah untuk alat pengeringan ikan. Menurut mereka, alat ini bisa membantu proses pengeringan agar bisa lebih cepat. Ketika musim panen, jumlah tangkapan bisa mencapai dua kali lipat, sehingga mereka harus cepat mengeringkan hasil tangkapan tersebut. Jika tidak, tangkapan tersebut akan segera busuk dan tidak dapat dijual. Beberapa tahun lalu, menurut cerita mereka, pemerintah menjanjikan pembangunan bendungan untuk mengurangi keterbatasan lahan dan meningkatkan kualitas jual hasil tangkapan nelayan. Proyek ini telah lama dijanjikan, yakni sejak Walikota Soenarto Soemoprawiro (1994-2002). Namun proyek ini menuai pro-kontra antara nelayan dan warga biasa (non-nelayan). Warga non-nelayan tidak menganggap proyek ini adalah harus dilakukan. Padahal menurut nelayan, bendungan ini dapat membantu mereka melakukan penjemuran

dan dijadikan lahan terbuka bagi anak-anak.

Kehidupan nelayan yang kompleks dan selalu mengharapkan bantuan pemerintah bisa dilihat sebagai bentuk keterasingan nelayan dari masyarakat non-nelayan. Masyarakat non-nelayan tidak memahami dunia nelayan bekerja, dan nelayan juga tidak memiliki waktu berinteraksi dengan masyarakat non-nelayan, terutama yang berada di luar tempat tinggal mereka. Hal ini terjadi karena nelayan lebih sering meluangkan waktunya berkumpul dengan sesama nelayan dan kegiatan penangkapan ikan. Selain itu, secara geografis, masyarakat non-nelayan juga jauh dari tempat tinggal nelayan yang dekat dengan pantai (Satria, 2015: p. 22).

“Jangan sampai anak saya jadi nelayan seperti saya. Kalau bisa jadi menteri, atau presiden kalau bisa. Biar Pak Jokowi tahu, kita-kita para nelayan Kenjeran mau jadi DPRD, atau jadi menteri, atau jadi dokter! Kalau regenerasi kan ada bibitnya, kalau saya ya jangan sampai anak saya jadi generasi nelayan. Lebih baik jadi generasi menteri

aja.” (Anang Purwanto, 07/04/21).

Pernyataan di atas mewakili harapan para informan lain mengenai regenerasi nelayan di kampung mereka. Pekerjaan sebagai nelayan dinilai terlalu melelahkan dan menghadapi pendapatan yang tidak pasti. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya regenerasi nelayan di Kampung Sukolilo. Menurut Satria (2015: p. 21), nelayan memang memiliki status relatif rendah. Status ini menyebabkan degradasi pada pandangan nelayan sebagai profesi. Namun, pada praktiknya profesi nelayan memang tidak bisa dilakukan semua orang. Profesi ini membutuhkan kegigihan dan kedisiplinan, mengingat hal-hal yang dipelajari nelayan merupakan hal-hal praktikal.

Menyelami Makna ‘Nggacar’ bagi Pelaku Kehidupan warga Sukolilo Baru kini berangsur membaik dibanding sebelum reklamasi dilakukan. Saat itu, tidak semua warga memiliki rumah. Rata-rata warga harus tinggal di kos atau kontrakan. Terbatasnya lahan dan kondisi ekonomi

membuat mereka tidak bisa mendirikan hunian di pemukiman tersebut. Menariknya, warga yang lahir dan besar di Sukolilo Baru tidak ingin keluar dari wilayah itu, bahkan mereka juga megisyaratkan anak-anak mereka tidak pindah tempat tinggal. Ini merupakan salah satu karakteristik yang tumbuh dalam dinamika masyarakat pesisir, yakni adanya relasi sosial yang kuat, atau disebut relasi patron-klien. Relasi ini merupakan relasi yang dominan dan terbentuk karena adanya kesamaan profesi, sistem ekonomi, dan tempat tinggal (Kusnadi, 2009: p. 39).

“Jadi anak saya kan mau ngontrak. *Ndak usah, lapo ngontrak. Wis omah iki nggonono, tak anune. Cekel duek, sing tiati, bekne omah iku iso bangunen.* (Tidak perlu, untuk apa ngontrak. Sudah, rumah ini kamu tinggali. Simpan uang yang hati-hati, siapa tahu rumah itu (lahan reklamasi) bisa kamu bangun).” (Rochman, 09/04/2021)

Rochman adalah nelayan yang sejak kecil tinggal di Sukolilo Baru. Ia termasuk warga yang pendiriannya cukup kuat untuk tetap tinggal di pemukiman tersebut.

Alasannya sederhana namun logis, yaitu masalah keahlian. Rochman melihat dirinya sebagai seseorang yang tidak mempunyai keahlian khusus dan tingkat pendidikan tinggi. Jika harus berpindah ke tempat lain, mungkin ia akan berakhir menjadi buruh bangunan atau pekerja kasar lainnya. Di sini, menurutnya, lebih enak dan nyaman, apalagi bagi seorang nelayan sepertinya. Pemikiran Rochman mewakili pemikiran tiga subjek penelitian lain yang diwawancarai. Mereka bertahan dan terus menetap karena merasa sudah menemukan ritme keseharian yang ideal.

Saat berada berbincang-bincang dengan subjek penelitian, pernyataan “penduduk semakin padat, pemukiman semakin sempit” kerap disampaikan baik oleh subjek penelitian atau warga lain. Karena itu, tahun 1990-an dianggap tahun pembawa berkah bagi warga. Warga yang tadinya tidak memiliki rumah, mendapat kesempatan untuk mendaftar antrean pengurusan hanya dengan membayar Rp 250 ribu. Pada tahun itulah, aktivitas

nggacar pertama kali diusulkan atas desakan nelayan yang tidak punya lahan menjemur hasil laut. Warga berani *nggacar* karena merasa lahan yang di-*gacar* merupakan milik nenek moyang mereka yang tergerus laut, dan disetujui Ketua RT, RW dan kelurahan setempat.

Pengurusan dilakukan dengan mendatangkan *dump truck* berisi pasir dan batu. Belakangan, proses *nggacar* dipermudah dengan bahan baku berupa batu kapur yang dikirim dari Madura. Jika ditotal, biaya pengurusan dapat mencapai Rp 30 juta, angka yang tidak murah bagi nelayan. Lahan *gacaran* itu memang tidak memiliki sertifikat kepemilikan resmi, namun mereka mendapatkan Surat Pemberitahuan Pajak Terutang (SPPT) yang harus dibayar dalam satu tahun pajak. Adanya SPPT ini semakin membuat warga menganggap tanah *gacaran* adalah sah dan legal.

Kalimat “siapa cepat, dia dapat” merupakan istilah tepat untuk menggambarkan gelombang *nggacar* saat

itu. Warga yang kebutuhannya mendesak diutamakan untuk mendapat nomor urut pengurukan. Atas dasar “sama rasa, sama rata,” warga lain sabar menunggu giliran. Namun terbitnya Peraturan Pemerintah No. 78 Tahun 2010 tentang Reklamasi dan Pascatambang membuat situasi berubah. Aturan ini mengatur bahwa perizinan, pelaksanaan, dan pelaporan reklamasi yang harus dilakukan secara formal antara penyelenggara dengan pemerintah. Sejak aturan ini terbit, pembagian nomor urut pengurukan tidak lagi berjalan. Pengurukan hanya bisa dilakukan warga yang sudah telanjur memiliki nomor urut.

Situasi bertambah rumit karena pada 2019 muncul isu jual-beli tanah *gacaran*. Muncul laporan ke Komisi C DPRD Surabaya bahwa ada warga yang menjual tanah *gacaran* dengan harga Rp 50 – 100 juta per kapling. Komisi C merespon laporan itu dengan mengingatkan warga agar tidak menjalankan praktik itu (Soekarno, 2019). Warga sendiri merespon Komisi C dengan menggelar demo dan

menolak isu tersebut (Hakim, 2019b). Sampai sekarang, praktik *nggacar* ini dicap aktivitas tak berizin dan melanggar undang-undang serta sensitif bagi warga. Saat di lapangan, peneliti beberapa kali diingatkan untuk berhati-hati membahas reklamasi.

Anang Purwanto, salah satu subjek penelitian, mengaku memiliki tanah *gacaran* dari membeli, bukan mendaftar pengurukan yang dinilainya haram.

“Saya ndak daftar, beli orang. Ya, karena saya merasa mampu ya saya ndak daftar, gitu lho. Kalau RW sadar kayak aku Insya Allah enak. Ndak perlu *gacaran*, kasihan yang ndak punya rumah. Lha ini, sudah haji, istrinya hajjah, ikut daftar. Kalau saya bilang itu haram!” (Anang Purwanto, 07/04/2021).

Namun ternyata masih ada warga yang mampu secara finansial, tetapi ikut mendaftar agar mendapat kesempatan untuk *nggacar*. Menurut pengakuan Anang, mereka adalah juragan-juragan terkenal di kampung, bahkan menyandang sebutan Haji atau Hajjah. Warga yang mengetahui hanya bisa diam dan mengelus dada. Nantinya, menurut Anang, tanah yang

sudah dibeli para juragan itu akan dijual lagi dengan harga tinggi, atau disewakan sebagai lahan penjemuran dengan biaya sekitar Rp 3 juta rupiah per tahun. Berdasar perhitungan Anang, hingga saat ini terdapat sekitar 130 lahan reklamasi, kurang lebih 80 di antaranya sudah diurug. Jika dipetakan, dari sembilan gang, tiap gang memiliki setidaknya 25 sampai 30 lahan *gacaran*.

Bagi warga Sukolilo, *nggacar* merupakan solusi atas masalah. Mereka tidak harus mengeluarkan biaya sebesar jika membeli lahan. Mereka tidak ingin berpindah dari tempat yang mereka tinggali sejak kecil dan dianggap milik nenek moyang. Inilah poin penting mengapa praktik *nggacar* tetap berjalan meski dianggap ilegal. Hal ini juga menjadi tanda bahwa hubungan antar warga di Sukolilo memiliki tingkat kohesivitas tinggi. Secara teoritik, kohesi kelompok memang merupakan dorongan yang membuat anggota kelompok tetap berada dalam kelompok dan tidak meninggalkannya

(Rakhmat, 2009: p. 39). Hal ini merupakan bentuk identitas sosial pelaku reklamasi. Identitas sosial merupakan konsep diri individu yang timbul dari keanggotaannya dalam kelompok sosial. Hal tersebut timbul bersama dengan nilai dan sisi emosional yang melekat pada eksistensinya sebagai anggota kelompok (Harmaini et al., 2017: p. 52).

Pelaku *nggacar* memiliki nilai dan hubungan yang kuat dengan seluruh aspek di Kampung Sukolilo. Perasaan “ke-kitaan” dan rasa memiliki timbul di dalam diri mereka sehingga merasa “berhak” atas wilayah tinggal tersebut. Fenomena ini juga merupakan salah satu hal yang peneliti temukan selama melakukan observasi di Kampung Sukolilo. *Sense of belonging* tersebut sangat tinggi, sampai-sampai subjek penelitian dan keluarganya kebanyakan menikah dengan sesama warga Sukolilo. Hal ini juga bisa saja dipengaruhi oleh tingginya homogenitas profesi di Kampung Sukolilo Baru, sehingga kebanyakan dari mereka tidak memiliki

kesempatan bergaul dengan orang di luar kelompoknya.

PEMBAHASAN

Kaye menjelaskan, jantung komunikasi tidak terlihat di permukaan atau hal-hal yang bisa kasat mata, tetapi pada interpretasi atau makna yang melekat pada pesan (Kuswarno 2009: p. 118). Saat seseorang menyampaikan pesan, interpretasinya terhadap pesan tersebut memengaruhi caranya menyampaikan. Dalam konsepsi Kaye, kemampuan berkomunikasi tidak muncul begitu saja ketika individu lahir, kemampuan itu merupakan produk dari proses pengembangan apa yang ia pelajari.

Dalam konteks warga Sukolilo Baru, rata-rata penduduk di sana adalah

penduduk asli yang tinggal di sana sejak lahir. Adaptasi kebiasaan dan budaya lokal masyarakat setempat diturunkan dari orangtua. Kemampuan subjek penelitian mengkonstruksi pemaknaannya terhadap *nggacar* juga tidak lepas dari hubungan mereka satu sama lain. Homogenitas profesi membuat mereka harus menghadapi rutinitas yang sama setiap hari, dan turut mendorong intensitas interaksi antar warga. Dalam manajemen komunikasi, dijelaskan bagaimana makna dapat terbentuk di masyarakat. Konstruksi makna yang timbul di Sukolilo Baru adalah hasil dari kesepakatan kolektif yang tumbuh dari nilai, norma, dan budaya warganya.

Tabel 2. Proses Manajemen Komunikasi Pelaku ‘Nggacar’

Lapisan	Keterangan
<i>The Self</i>	Sisi fundamental pelaku <i>nggacar</i> ; apa yang ia percayai dan ia lakukan
<i>Interpersonal</i>	Hubungan pelaku <i>nggacar</i> dengan warga/pelaku reklamasi lainnya
<i>People-in-System</i>	Norma, nilai, dan budaya yang dipercaya di Sukolilo Baru
<i>Competence</i>	Kemampuan pelaku <i>nggacar</i> menginterpretasikan apa yang ia percayai. Hal ini merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tabel 2 merupakan penggambaran singkat dari perumpamaan Kaye terhadap konsep manajemen komunikasi. Ia mengumpamakan manajemen komunikasi sebagai “Boneka Matouschka Rusia” yang memiliki empat tingkatan. Keempat tingkatan tersebut terdiri dari: *the self*, *interpersonal*, *people in system*, dan *competence*. Tingkatan tersebut saling melapisi satu sama lain, tingkatan pertama dilapisi oleh tingkatan kedua, dan seterusnya. Peneliti mengolah perumpamaan tersebut ke dalam tabel yang merepresentasikan setiap tingkatan komunikasi pelaku *nggacar*. Empat tingkatan proses manajemen komunikasi tersebut saling berhubungan, terutama dalam mempengaruhi interpretasi individu.

Jika dimulai dari tingkatan pertama, *The Self* berbicara sisi fundamental individu. Tingkatan ini mencerminkan pengelolaan diri (*self-management*) seseorang, bagian ini adalah sisi intrapersonal seseorang (Kuswarno, 2009: 119). Pada tingkatan ini, peneliti mengamati sisi fundamental pelaku *nggacar*, yakni apa yang ia percayai sebagai sesuatu yang bisa dan tidak bisa dilakukan. Dalam tingkatan *The Self*, subjek penelitian melihat bahwa masalah keterbatasan lahan di Sukolilo membutuhkan jalan keluar. Maka, sisi *survival-mode* mereka seolah diaktivasi oleh situasi yang mendesak.

Tabel 3. Proses Manajemen Komunikasi *The Self* Pelaku ‘Nggacar’

Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	<i>Nggacar</i> merupakan cara warganya yang tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal dan pengeringan ikan.
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	<i>Nggacar</i> sah dilakukan meski secara hukum formal tidak legal.
Anunun Rofiq	Nelayan, warga biasa	<i>Nggacar</i> berhak dilakukan karena jumlah warga semakin bertumbuh dan lahan semakin menipis.
Rochman	Nelayan, warga biasa	<i>Nggacar</i> sah dilakukan warga pribumi kampung Sukolilo atas tanah kelahiran dan milik nenek moyang mereka yang tergerus air laut.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Pelaku *nggacar* merupakan individu yang bersinggungan langsung dengan reklamasi. Mereka lahir dan tumbuh di kampung ini, sehingga perilaku dan cara berpikir mereka merupakan bentuk adaptasi terhadap lingkungannya. Kaye (1992: p. 8) menulis, komunikasi dan perilaku manusia dapat dipengaruhi struktur dari sistem yang mereka temui sehari-hari. Terbentuknya sisi fundamental dalam diri seseorang memang tidak lepas dari keadaan lingkungan sekitar orang tersebut, seperti diungkapkan salah satu subjek penelitian.

“Orangtua saya itu orang lama di sini, sedikit pun nggak punya rumah, gitulho. Ya ngekos. Seharusnya kan orang lama punya tanah di sini, itu lho kebodohan orangtua dulu.” (Rochman, 09/04/2021).

Rochman menyayangkan orangtuanya (penduduk asli) tidak memiliki tempat tinggal yang bisa dihuni satu keluarga. Bukan hanya keluarga Rochman, banyak keluarga lain yang bernasib sama sebelum ide *nggacar* dicetuskan. Rochman

merasa dirinya berhak punya tanah atau rumah sebagai warga asli Sukolilo. Kampung ini merupakan tempat spesial baginya, karena terkait dengan sejarah hidup diri dan keluarganya. Hal ini membentuk cara berpikirnya, bahwa warga asli sudah seharusnya memiliki tempat tinggal di tanah kelahirannya.

Anggapan bahwa pribumi memiliki hak atas potensi alam kampung halamannya merupakan sisi fundamental yang peneliti temukan pada pelaku *nggacar*. Sukolilo bukan hanya kampung, namun pusat kehidupan mereka. Mata pencaharian, tempat tinggal, sanak saudara, semuanya melebur menjadi satu dan menciptakan ikatan kuat. Seluruh aspek inilah yang membentuk perspektif individu terhadap *nggacar*; bahwa hal ini sah dilakukan selama untuk kepentingan warga. Berangkat dari fundamental ini, *nggacar* dilihat sebagai jalan keluar dari masalah yang sudah mendarah daging di kampung mereka.

Tabel 4. Proses Manajemen Komunikasi Interpersonal Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	Memiliki kemampuan artikulasi yang baik; nyaman menggunakan kata “reklamasi.”
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	Menyadari level abstraksi seseorang dalam memahami reklamasi.
Aunun Rofiq	Warga Nelayan Biasa	Memiliki kemampuan berbahasa Indonesia cukup baik, namun lebih nyaman menggunakan kata <i>nggacar</i> untuk mendeskripsikan aktivitas pengurusan di kampungnya.
Rochman	Warga Nelayan Biasa	Lebih suka menyebut reklamasi dengan sebutan <i>nggacar</i> .

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Aspek *The Self* juga tidak lepas dari peran *opinion leader*. Mengutip Xiao, Yu, & Hou (2020: p. 2), opini individu dan opini kolektif berubah seiring informasi yang diperoleh dari masyarakat dan lingkungan sekitar mereka. Dalam fenomena ini, informasi pelaku *nggacar* didapat dari *opinion leader* yang berhubungan dengan pihak luar dan pemerintah, sehingga hal-hal yang berhubungan dengan kebijakan diinformasikan melalui mereka. Hal ini menjelaskan mengapa para subjek penelitian, terutama dua orang yang merupakan warga nelayan biasa, memiliki pandangan fundamental yang sama terhadap praktik *nggacar*.

Tingkatan selanjutnya yaitu Interpersonal, seperti tampak di Tabel 4. Tahapan ini menekankan hubungan antar

warga yang mempengaruhi konstruksi makna pelaku *nggacar*. Salah satu pendekatan yang dapat memberi penjelasan tentang interpretasi individu dalam komunikasi interpersonal adalah konstruktivisme. Hal ini diartikulasikan oleh Delia, O’Keefe, dan O’Keefe dalam Kaye (1992: p. 13) dengan mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai konstruksi makna yang bersifat mutual. Hal ini merujuk pada hubungan individu dengan individu lain. Seseorang pasti memiliki persepsinya sendiri terhadap orang lain dan hal ini mempengaruhi cara pandang mereka. Berbicara konstruksi makna, setiap hari warga saling bertemu dan berinteraksi. Aktivitas ini berperan penting membentuk konstruksi makna di dalam benak tiap individu. Interaksi antar warga mempengaruhi cara mereka melihat

fenomena *nggacar*. Bahasa yang digunakan di Sukolilo memang tidak seperti bahasa Jawa umumnya, mereka aktif menggunakan campuran bahasa Jawa Ngoko dengan Jawa Gresik. Ketika diminta menjelaskan asal percampuran bahasa ini, subjek penelitian tertawa dan mengaku bahasa tersebut memang keunikan kampungnya. Berhubung bahasa adalah alat utama berkomunikasi, cara mereka memaknai reklamasi juga terpengaruh penggunaan bahasa ini.

Ketika berkomunikasi, manusia menginterpretasikan mengapa manusia lain berkomunikasi dengan cara tertentu, lalu mengembangkan cara sendiri dalam berkomunikasi dengan orang lain (Kaye, 1992: p. 15). Hal ini terjadi pada pelaku *nggacar*, mereka saling mengamati, memilih bahasa yang nyaman untuk menunjuk reklamasi. Kebanyakan dari mereka memang bukan orang berpendidikan tinggi, namun setidaknya dua dari empat subjek penelitian merupakan *opinion leader*. Hamukah dan

Anang Purwanto cukup baik mengartikulasikan interpretasi terhadap *nggacar*, dan lebih memahami istilah reklamasi. Hal ini dikarenakan keduanya sering berhubungan dengan orang di luar kampung untuk urusan organisasi, dan tak jarang berhubungan dengan pemerintah. Sedangkan dua subjek lainnya merupakan warga biasa yang berprofesi sebagai nelayan, Rachman dan Aunun lebih nyaman menyebut reklamasi dengan *nggacar*, walaupun mereka menyadari orang luar tidak memahami bahasa mereka.

Inilah bukti komunikasi antar individu dapat saling mempengaruhi individu tersebut. Bagaimana di dalam proses interaksi tersebut terdapat penciptaan makna yang mengubah cara pandang individu terhadap fenomena (Kuswarno, 2009: p. 120). Memang terdengar sepele, mengganti sebutan reklamasi dengan *nggacar*. Penggunaan kata *nggacar* hanya dipahami warga Sukolilo, terutama pelakunya. Bahasa ini tidak dimengerti orang lain yang tidak

pernah berinteraksi konstan dengan warga Sukolilo. Di dalam kata itu tersirat makna tentang apa yang mereka pahami tentang “hak sejarah” warga asli terhadap tanah kelahiran dan nenek moyangnya. Beebe, Beebe, & Redmond (2011: p. 7) menjelaskan, orang lain memberi makna untuk menyambung perkataan yang kita

keluarkan dan pemaknaan yang ingin kita ciptakan. Dalam hal ini, kata *nggacar* yang mungkin saja tidak memiliki makna bagi orang lain, dapat menjadi berarti bagi pelakunya. Walaupun istilah ini diambil dari bahasa sehari-hari, namun makna aktivitas itu memberi perubahan besar bagi mereka.

Tabel 5. Proses Manajemen Komunikasi ‘People-in-System’ Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	Sebagai <i>opinion leader</i> , kerap kali mengidentifikasi adanya <i>shadow side</i> dari <i>nggacar</i> , seperti ketika terjadi konflik dengan Komisi C DPRD Surabaya. Tidak hanya mengidentifikasi, ia juga melakukan mediasi konflik tersebut.
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	Dapat mengidentifikasi <i>shadow side</i> dari <i>nggacar</i> , terutama terkait legalitas lahan dan upayanya mengingatkan warga mengenai posisi lahan reklamasi mereka.
Aunun Rofiq	Warga Nelayan Biasa	<i>Legowo</i> terhadap legalitas lahan <i>gacaran</i> . Keterlibatan dalam banyakan aktivitas di kampung membuatnya sering bertemu <i>opinion leader</i> .
Rochman	Warga Nelayan Biasa	Defensif terkait legalitas lahan <i>gacaran</i> . Tidak aktif berorganisasi membuatnya tidak terpapar pandangan <i>opinion leader</i> .

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tingkatan ketiga adalah *people-in-system* (lihat Tabel 5) dalam manajemen komunikasi, tingkatan ini membahas mengenai norma, nilai, dan budaya yang dipercaya oleh warga Sukolilo Baru secara kolektif. Mengutip Kaye (1992: p. 15), “*communication is the lifeblood of systems*”, yang artinya komunikasi adalah sumber kehidupan dari sebuah sistem. Struktur atau elemen dalam sebuah sistem

berdampak pada kualitas dan jumlah komunikasi antar manusia di dalamnya. Kampung Sukolilo Baru merupakan sebuah sistem yang terdiri dari sekelompok manusia yang berkomunikasi dengan satu sama lain. Pada bagian ini, peneliti akan berfokus pada aspek komunikasi dan perilaku warga Sukolilo dari sudut pandang *people-in-system*.

Mcshane & Glinow dalam Harmaini et al. (2016: p. 26) menjelaskan, kohesivitas kelompok merupakan daya tarik yang memotivasi individu tetap berada di dalam kelompok tersebut. Kohesivitas yang terjadi di Sukolilo Baru didasari oleh *social cohesion*, *perceive cohesion*, *task cohesion*, *perceive cohesion* dan *emotional cohesion*. Di dalam *social cohesion*, kelompok memiliki kecocokan yang membuat mereka bertahan di dalam kelompok tersebut. Di Sukolilo, kecocokan ini timbul karena rata-rata warganya merupakan penduduk yang sejak lahir menduduki tanah tersebut. Komponen *task cohesion* menilai kohesivitas anggota kelompok berdasarkan pada tujuan kelompok. Sedangkan dalam *perceive cohesion*, kelompok bersatu berdasar rasa kebersamaan serta persepsi yang mengikutkan perasaan anggota kepada kelompok tersebut. Warga Sukolilo Baru lebih memilih menetap di kampung tersebut karena adanya *sense of belonging* yang tumbuh tanpa paksaan. Homogenitas

profesi juga mendukung mereka untuk saling bergantung satu sama lain. Peneliti melihat hal ini sebagai aspek penting yang menumbuhkan mutualisme dalam hubungan antar warganya. Lalu komponen *emotional cohesion* menjelaskan kohesi berdasar hubungan emosi positif dalam kelompok. Pada komponen ini, kohesi tercipta karena tiap warga rata-rata tidak memiliki prasangka atau konflik besar yang menyebabkan perpecahan satu sama lain. Komunikasi dan perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan dan struktur dari sistem mereka (Kaye, 1992: p. 16).

“Aslinya lho, menurut peraturan menteri kan dilarang, aslinya kalau pemerintah mau ya kena. Kalau mau dikatakan ilegal, itu ya betul, kan hubungannya sama surat. Ibarat punya kendaraan, tapi ndak punya BPKB. Kalau legal, Insya Allah kelurahan bisa keluarkan petoknya. Tapi ndak berani kelurahan itu mengeluarkan petoknya.” (Hamukah, 08/04/2021).

Ungkapan di atas merupakan tanggapan Hamukah menjawab pertanyaan peneliti terkait konflik pemilik lahan *gacaran* dengan warga luar hingga

melibatkan Komisi C DPRD Surabaya. Ia menambahkan, setidaknya sebagian warga yang melakukan praktik *nggacar* sadar bahwa aktivitas tersebut ilegal dan harus siap ketika pemerintah menggusurnya. Peneliti melihat aspek penggusuran sebagai *shadow side* atau sisi bayangan dalam sistem ini.

Shadow side merupakan peristiwa yang tidak dianggap sebagai budaya yang diterima oleh suatu sistem. Singkatnya, hal ini merupakan peristiwa yang tidak dapat ditebak, dan seringkali tidak bisa diperdebatkan (Kaye, 1992: p. 16). Sebagai hal yang tidak dapat diprediksi kepastiannya, warga pun sudah memiliki kesepakatan harus siap jika hal buruk terjadi, mengingat lahan tersebut ilegal secara hukum. Lantas, bagaimana jika tiba-

tiba mereka harus menyerahkan tempat tinggal dan lahan penjemuran yang sudah mereka impikan selama ini? Di sinilah peran *change agents* atau agen pembawa perubahan diperlukan. Orang-orang seperti Hamukah dan Anang Purwanto adalah sosok yang dianggap memiliki suara kuat dan mampu memberi penyadaran bagi pelaku *nggacar* yang lain. Dalam perspektif *people-in-system*, agen pembawa perubahan adalah aspek penting karena mereka dibutuhkan untuk menyadari keberadaan *shadow side* yang dapat merusak sistem. Benar saja, walaupun Hamukah menyatakan ada sebagian pelaku yang sadar, keberadaan “kita” atau yang peneliti lihat sebagai *change agents* memiliki peran penting dalam pembentukan makna ini.

Tabel 6. Proses Manajemen Komunikasi ‘Competence’ Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	<i>Surface level:</i> tegas membela hak warga terkait <i>nggacar</i> . <i>Deeper level:</i> mengetahui kondisi warga yang <i>nggacar</i> ; mampu mengadvokasi hingga ke pemerintahan.
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	<i>Surface level:</i> salah satu tetua yang sadar masalah di kampungnya. <i>Deeper level:</i> mampu menjelaskan kebijakan; aktif dalam diskusi dengan pemerintah.
Aunun Rofiq	Warga Biasa Nelayan	<i>Surface level:</i> sering bicara <i>nggacar</i> dari sudut pandang nelayan. <i>Deeper level:</i> aktif berorganisasi; paham masalah <i>nggacar</i> .
Rachman	Warga Biasa Nelayan	<i>Surface level:</i> gigih meng- <i>nggacar</i> tanpa buruh harian. <i>Deeper level:</i> hanya mengerti hal-hal teknis dalam aktivitas <i>nggacar</i> , seperti tahapan dan biayanya.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tahapan terakhir adalah *competence*, yaitu kemampuan individu mengartikulasikan pemaknaannya terhadap *nggacar*. Tahap inilah yang memungkinkan melihat sejauh mana *people-in-system* berkomunikasi satu sama lain. Aspek yang dititikberatkan adalah kompetensi komunikator sebagai individu yang mampu meraih tujuan utama dalam situasi sosial tertentu, tanpa mengorbankan keinginannya mencapai tujuan sekunder lainnya. Kompetensi tidak hanya berbicara “*skill*” atau “keterampilan” seseorang. Kaye (1992: p. 20) menulis, kompetensi juga melibatkan kombinasi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai-nilai yang membedakan antara orang yang profesional/ahli dan teknisi. Peneliti berfokus pada pemahaman dan pengendalian diri pelaku *nggacar*; kemampuan mengartikulasikan pemaknaannya melalui interaksi dengan orang lain; dan kompetensi mengubah sistem sosial secara keseluruhan.

Ketika melakukan wawancara dan observasi di Sukolilo Baru, peneliti menyadari keempat subjek penelitian memiliki derajat kompetensi berbeda. Dua diantaranya *opinion leader* di kampung tersebut, dan dua lagi warga biasa yang berprofesi nelayan. Peneliti melihat ada perbedaan peran antara dua kelompok ini, yang kemudian mempengaruhi derajat kompetensi mereka terkait *nggacar*/reklamasi. Memetakan level kompetensi tiap individu bukanlah hal mudah (lihat Tabel 6). Trenholm dan Jensen dalam Kuswarno (2009: p. 121) membagi kompetensi menjadi dua tingkatan. Pertama, tingkat permukaan (*surface level*); yang terlihat dalam perilaku dan penampilan seseorang sehari-hari. Hal ini disebut dengan *performative competence*. Kedua, tingkat dalam (*deeper level*), yakni semua yang harus diketahui ketika ditunjukkan individu. Hal ini disebut dengan *process competence*.

Ketika berbincang dengan Hamukah dan Anang Purwanto, peneliti

mendapat penjelasan yang lebih terfokus mengenai kampung Sukolilo dan aktivitas *nggacar*. Hamukah merupakan penduduk lama Sukolilo Baru. Posisinya sebagai ketua kampung membuatnya lebih akrab dengan sejarah kampung ini. Penampilannya sederhana dan tidak menyolok. Namun posisinya sebagai Wakil DPD Himpunan Nelayan Seluruh Indonesia (HNSI) Cabang Surabaya membuatnya piawai menjelaskan masalah. Ia juga aktif berorganisasi di kampung yang membuatnya lebih sadar persoalan kampung dan program yang berjalan. Hal ini merupakan bagian dari tingkat permukaan (*surface level*), di mana ia dapat menunjukkan *performative competence* yang dimiliki sebagai *opinion leader* yang melakukan reklamasi. Hamukah terlibat dalam pengambilan kebijakan terkait program yang berjalan di kampungnya.

“Memang itu resiko, semua warga kalau ingat perjanjian awal, bahwa *nggacar* itu sifatnya sementara. Sama dengan kita, ketika ndak mampu terus ambil kendaraan, terus kita ndak bisa bayar, ya diambil nggak

ap-apa. Itu perjanjian awal. Jadi harus siap, kayak gitu itu termasuk resiko. Kami di Pemkot kemarin yang waktu mbahas itu saya sampaikan. Warga istilahnya siap, siap punya dan siap tidak punya. Kalau pemerintah membutuhkan ya ndak apa-apa.” (Hamukah, 08/04/21)

Pernyataan tersebut merupakan bentuk dari tingkat dalam (*deeper level*), tingkatan ini menunjukkan kemampuan Hamukah memahami *shadow side* dalam *People-in-System*. Hamukah memiliki kemampuan baik dalam menjelaskan kebijakan, tak jarang menggunakan perumpamaan untuk memastikan peneliti paham konteks yang ia bicarakan. Ia juga kerap bercerita diskusinya dengan DPRD atau Pemkot Surabaya. Hal ini menunjukkan ia paham bahwa ada hubungan yang harus dijalin agar warga dapat menyampaikan aspirasi ke pemerintah. Kesadaran ini merupakan dorongan dari dalam dirinya, dari sisi *The Self* yang membuatnya aktif menyuarakan aspirasi warga. Ketika diminta memberi pandangan soal pengurusan, jawaban

Hamukah juga didasari berkaca pada kebijakan yang sudah disepakati.

Subjek penelitian kedua, Anang Purwanto, juga *opinion leader* di Kampung Sukolilo, terutama karena posisinya sebagai Ketua RW. Ia telah menjabat dua periode, yang bisa diartikan bahwa dia dipercaya dan disegani di wilayahnya.

“Prinsip saya, selagi untuk masyarakat, warga, kepentingan nelayan, tak tok! Artinya saya setuju, nggak peduli reklamasi apapun. Nek pemerintah ngamuk, tolong bongkar Pantai Ria Kenjeran dan Perumahan Laguna. Kami masyarakat asli, kalau kami dilarang, tolong sekarang dilarang juga Laguna, KenPark. Kenapa kita dilarang? Padahal untuk tempat tinggal masyarakat kita sendiri. Saya bilang gitu waktu di DPRD Komisi C itu.”
(Anang Purwanto, 07/04/21).

Peneliti melihat Anang sebagai sosok yang berani memperjuangkan warganya. Walaupun bersinggungan dengan pemerintah, ia berpegang pada prinsip yang sama. Pada *surface level*, ia menunjukkan kompetensinya melalui mandat yang ia jalankan, yakni sebagai Ketua RW. Ia juga sosok yang sigap begitu

menemukan *shadow side* pada tahapan *People-in-System*, karakternya yang tegas membuat Anang enggan bungkam ketika warganya dicegah melakukan reklamasi. Dari sisi *The Self*, ia sangat percaya *nggacar* adalah hak warga yang sah karena adanya faktor emosi positif pada kohesivitas kelompok yang telah dibahas sebelumnya. Sisi emosional muncul ketika ia melihat warganya yang tidak memiliki rumah dan lahan penjemuran dan menggerakkannya untuk memperjuangkan reklamasi. Hal ini merupakan *performative competence* dan *deeper level* yang dimiliki Anang.

“Memang laut itu milik pemerintah. Tapi di tanah pajaknya saya bayar, tiap tahun. Apa bisa ini digusur, dipindah? Kami ini kan nelayan, ditempatkan ya di tempat nelayan. Kalau ditempatkan di tani (pertanian), apa perisainya kalau di tani?” (Rochman, 09/04/21)

Sedangkan Rochman berharap mendapat ganti rugi jika digusur. Ia mengaku sangat terbantu oleh praktik *nggacar*. Kompetensinya dalam

mengartikulasikan makna reklamasi memang tidak seperti dua *opinion leader* di atas, namun ia menunjukkan kebanggaan tiap menceritakan perjuangannya memiliki tanah *gacaran*. Rochman juga mengajak peneliti berkeliling di lahan miliknya dan menjelaskan apa yang sudah ia lakukan di sana. Pada *surface level*, ia tidak terlihat sebagai orang yang mengerti agenda kampungnya. Ia bersikap defensif atas topik penggusuran, namun tidak memiliki pengalaman langsung berhadapan dengan pemerintah. Rochman hanya mengerti hal teknis dalam aktivitas *nggacar*, seperti tahapan dan biaya yang harus dikeluarkan. Sebagai warga biasa yang jarang terlibat dalam aktivitas sosial di kampungnya, ia terlihat lebih berfokus pada permasalahannya dan keluarganya sendiri. Inilah yang membedakan *deeper level* Rochman dengan dua subjek penelitian sebelumnya.

“Nggak setuju kalau ndak boleh *nggacar*, karena itu sangat dibutuhkan buat penjemuran ikan atau jaring. Waktu itu ada yang njemur di jalan raya, wah jadi rame mbak. Sekarang

nggak diperbolehkan, suruh njemur di pinggir laut.” (Aunun Rofiq, 07/04/21)

Aunun Rofiq, yang juga warga biasa seperti Rochman, juga memiliki pandangan positif terhadap reklamasi. Dia lebih berkompeten berbicara dari sisi nelayan. Saat diwawancara, ia sering memberi argumen mengenai kehidupan nelayan di pesisir dan bagaimana *nggacar* sangat membantu dalam hal penjemuran. Jika dilihat dari *surface level*, ia bukan orang yang aktif berorganisasi, walaupun Aunun mengaku masih sering mengikuti kegiatan Paguyuban Udang Rebon. Peneliti melihat sosoknya sebagai nelayan yang cekatan, terlihat dari beberapa hadiah yang ia menangkan dalam perlombaan perahu layar. Sebagai pelaku *nggacar* ia tidak aktif melakukan advokasi bagi warga lain. Seperti warga lainnya, ia mempercayakan semuanya pada *opinion leader*. Pada tingkat lebih dalam (*deeper level*), ia cukup memahami hal yang berkaitan dengan reklamasi, seperti konflik dengan Komisi C DPRD Surabaya.

Agar dapat mengikat keempat tahapan tersebut, peneliti mengaitkannya dengan konsep pengalaman komunikasi yang merupakan dasar dari pemaknaan individu. Dalam Permana & Suzan (2018: p. 15), Moustakas menyatakan, objek yang terkait dengan pengetahuan harus berdasar pengalaman. Setiap individu memiliki interpretasinya sendiri terhadap pengalaman yang ia temui. Hal ini kemudian memengaruhi pemaknaan individu terhadap pengalaman tersebut. Ketika peristiwa yang dialami merupakan hal yang penting bagi pelaku *nggacar*, maka ia akan terus mengingat hal tersebut. Hal penting ini juga akan memberikan dampak dalam hidupnya.

Keempat lapisan dalam hidup pelaku *nggacar* merupakan bentuk pengalaman yang memengaruhi tindakan dan pemaknaannya terhadap praktik ini. Schutz dalam Permana & Suzan (2018: p. 15) menegaskan, tindakan atau perilaku merupakan bentuk pengalaman yang menimbulkan pemaknaan melalui aktivitas

spontan. Jika diambil kesimpulan, empat lapisan ini merupakan serangkaian pengalaman yang membentuk pemaknaan dan cara pandang individu dalam praktik *nggacar*. Hal ini cukup menjelaskan mengapa *nggacar* dianggap sebagai aktivitas yang sah untuk dilakukan. Pengalaman komunikasi di masa lalu bisa memengaruhi pendapat individu ketika menentukan tujuan atau mengambil keputusan (Nurtyasrini & Hafiar, 2016: p. 3). Dari sini peneliti melihat keputusan para pelaku reklamasi, walaupun sama, ternyata merupakan hasil dari peristiwa yang mereka alami di masa lalu.

“Idenya dari orangtua kami, nenek moyang dulu, karena kondisi tanah semakin sempit. Yang ada dimiliki pengembang. Jadi untuk menjemur kan ndak ada tempat, sebagian dibuat tempat tinggal.” (Anang Purwanto, 07/02/21)

Ketika ada yang mengawali aktivitas ini pada tahun 1990-an, maka generasi selanjutnya tinggal mengikuti apa yang sudah diwariskan bagi mereka. Hal ini berpengaruh pada keempat tahapan

manajemen komunikasi, yakni *The Self*, *Interpersonal*, *People-in-System*, dan *Competent*. Pada intinya, manajemen komunikasi adalah sisi fundamental yang membentuk pengalaman pelaku reklamasi terhadap aktivitas ini. Ketika aktivitas ini disepakati dan dilakukan secara kolektif, maka keberanian akan timbul sebagai bentuk *defense mechanism* terhadap situasi yang mereka hadapi. Kembali lagi, manusia memang tidak bisa berpisah dari kelompok. Posisinya sebagai makhluk sosial membuat manusia memiliki kecenderungan hidup berkelompok (Harmaini et al., 2016: p. 90).

SIMPULAN

Munculnya fenomena praktik reklamasi ilegal (*nggacar*) di Sukolilo Baru (kawasan pesisir Surabaya) dan berlangsung sampai 30 tahun berhubungan dengan manajemen komunikasi yang dijalankan pelakunya. Secara fenomenologis, pelaku memiliki konstruksi makna tersendiri terhadap pengalaman *nggacar*-nya yang berbeda dengan pemaknaan pihak lain. Pelaku memaknai

praktik *nggacar* sebagai hak sejarah warga asli terhadap potensi ekonomi tanah kelahirannya dan menganggap pantai yang direklamasi (tanah *gacaran*) merupakan warisan nenek moyang yang tergerus air laut. Pelaku juga memaknai *nggacar* sebagai praktik yang sah, dan menjadikannya sebagai instrumen protes terhadap reklamasi yang juga dilakukan pengembang perumahan besar di kawasan tersebut yang mendapat izin Pemerintah Kota Surabaya.

Kampung Sukolilo Baru merupakan kampung padat di pesisir di Surabaya, dan 80% warganya adalah nelayan. Kepadatan penduduk ini merupakan cerminan *sense of belonging* yang sangat tinggi terhadap kampung halaman, sehingga warga tidak mau berpindah meskipun sudah beranak-pinak. Hal inilah yang membuat manajemen komunikasi di antara para pelaku *nggacar* (untuk yang digunakan untuk kepentingan menjemur tangkapan laut dan pemukiman) menjadi kompleks. Masing-masing lapisan manajemen

komunikasi ikut membentuk makna yang dikembangkan para pelaku terhadap praktik atau pengalaman *nggacar*-nya.

Lapisan *The Self* pelaku reklamasi mencerminkan bahwa Kampung Sukolilo Baru menjadi pusat kehidupan mereka, sehingga penduduk asli merasa memiliki hak atas kekayaan alam serta peluang yang ditawarkan kampungnya. Sedangkan lapisan *Interpersonal* menandakan peranan penting penggunaan bahasa dalam membentuk pemaknaan terkait reklamasi, seperti penggunaan kata *nggacar* untuk menggantikan kata reklamasi. Lapisan *People-in-System* menggambarkan bahwa peran *opinion leader* sebagai *change agent* yang sadar akan ancaman (*shadow side*) terkait reklamasi. Terakhir, lapisan *Competence* mencerminkan adanya perbedaan dalam *surface level* dan *deeper level* diantara pelaku reklamasi (antara pelaku yang berstatus *opinion leader* dan warga biasa).

RUJUKAN

Aminah, Siti. 2015. "Konflik Dan Kontestasi

Penataan Ruang Kota Surabaya." *Masyarakat: Jurnal Sosiologi* 20(1):59–79.

- Beebe, Steven A., Susan B. Beebe, and Mark V. Redmond. 2011. *Interpersonal Communication: Relating to Others, Sixth Edition*. Boston, USA: Allyn & Bacon.
- Conklin, Thomas A. 2014. "Phenomenology Redux: Doing Phenomenology, Becoming Phenomenological." *Organisation Management Journal* 11(2):116–28.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, 2nd*. London, UK: Sage.
- Fatimatuz Zahroh. 2017. "Reklamasi Pantai Ria Kenjeran Tembus 100 Hektar, Warga Iri Dan Beginilah Pelampiasannya." *Tribunjatim.Com*. Retrieved December 1, 2021 (<https://jatim.tribunnews.com/2017/07/11/reklamasi-pantai-ria-kenjeran-tembus-100-hektar-warga-iri-dan-beginilah-pelampiasannya?page=3>).
- Goldberg, Alvin A., and Carl E. Larson. 2006. *Komunikasi Kelompok: Proses-Proses Diskusi Dan Penerapannya*. Jakarta, Indonesia: UI Press.
- Hakim, Abdul. 2019a. "DPRD Soroti Dugaan Reklamasi Ilegal Di Pantai Kenjeran Surabaya." *Antaraneews.Com*. Retrieved December 1, 2021 (<https://www.antaraneews.com/berita/1137952/dprd-soroti-dugaan-reklamasi-ilegal-di-pantai-kenjeran-surabaya>).
- Hakim, Abdul. 2019b. "Puluhan Warga Kenjeran Surabaya Bantah Jual Beli Lahan Reklamasi." *Antaraneews.Com*. Retrieved November 27, 2021 (<https://www.antaraneews.com/berita/1189844/puluhan-warga-kenjeran-surabaya-bantah-jual-beli-lahan-reklamasi>).
- Harmaini, Dede Fitriana Anasstasia, Ivan Muhammad Agung, and Ricca Angreini Munthe. 2017. *Psikologi Kelompok: Integrasi Psikologi Dan Islam*. Jakarta, Indonesia: Rajawali Pers.
- Hasyim, Cawalinya Livsanthi, and Elizabeth Cory Ohoiwutun. 2017. "Peran Komunikasi Dalam Pemberdayaan Nelayan Tradisional Pada Masyarakat Pesisir (PMP) Di Kabupaten Maluku Tenggara." *Jurnal Pikom: Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan* 18(1):31–42.
- Kalalo, Flora Pricilia. 2016. *Hukum Lingkungan Dan Kebijakan Pertanahan Di Wilayah*

- Pesisir*. Jakarta, Indonesia: Rajawali Pers.
- Kalalo, Flora Pricilla. 2009. "Kebijakan Reklamasi Pantai Dan Laut: Implikasi Terhadap Hak Masyarakat Pesisir Dan Upaya Perlindungannya." *Jurnal Hukum Dan Pembangunan* 39(01):102–18.
- Kaye, Michael. 1992. "Adult Communication Management in Adult Vocational Education: A Contemporary Australian Perspective." in *International Communication Association 42nd Annual Conference*. Miami.
- KBID, Redaksi. 2019. "Dua Pengembang Lakukan Reklamasi Kenjeran, Dewan Minta Dihentikan." *Kampungberita.Id*. Retrieved December 1, 2021 (<https://kampungberita.id/dua-pengembang-lakukan-reklamasi-kenjeran-dewan-minta-dihentikan/>).
- Kusnadi. 2009. *Keberdayaan Nelayan & Dinamika Ekonomi Pesisir*. Yogyakarta, Indonesia: Ar-Ruzz Media.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman Dan Contoh Penelitian*. Bandung, Indonesia: Widya Padjadjaran.
- Lune, H. & Berg, B. L. 2017. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences (9th Edition)*. London, UK: Pearson.
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Catur, and I. Putu Handara Widya. 2019. "The Movement of Bali Reject Reclamation." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 12(1):21–29.
- Nurtyasrini, Sarah, and Hanny Hafiar. 2016. "Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri Dan Lingkungan Di TPA Bantar Gebang." *Jurnal Kajian Komunikasi* 04(02):219–28.
- Permana, Rangga S., and Nessa Suzan. 2018. "Pengalaman Komunikasi Dan Konstruksi Makna 'Otaku' Bagi Penggemar Budaya Jepang (Otaku)." *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* 08(01):13–27.
- Puspasari, Reny, Sri Tumi Hartati, and Regi Fiji Anggawangsa. 2017. "Analisis Dampak Reklamasi Terhadap Lingkungan Dan Perikanan Di Teluk Jakarta." *Jurnal Kebijakan Perikanan Indonesia* 09(02):85–94.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.
- Rasi, Fathor. 2019. "Langgar Perda, Begini Reklamasi Pantai Kenjeran Bermula." *Jatimpos.Id*. Retrieved December 1, 2021 (<https://www.jatimpos.id/kabar/langgar-perda-begini-reklamasi-pantai-kenjeran-bermula-b1Xqf9czm>).
- Satria, Arif. 2015. *Pengantar Sosiologi Masyarakat Pesisir*. Jakarta, Indonesia: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Seidman, Irving. 2006. *Review of Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences*. Vol. 37. New York, NY: Columbia University.
- Soekarno, Rahardi J. 2019. "DPRD Surabaya Ingatkan Warga Jangan Beli Lahan Reklamasi Di Kenjeran." *Beritajatim.Com*. Retrieved November 27, 2021 (<https://beritajatim.com/politik-pemerintahan/dprd-surabaya-ingatkan-warga-jangan-beli-lahan-reklamasi-di-kenjeran/>).
- Tabrani, Sjafrizal. 2020. "Manajemen Komunikasi Pekerja Asing Di Indonesia Dalam Perspektif Matouschkanian Michael Kaye, Intelektiva, 01, 06, 43-54." *Intelektiva* 01(06):43–54.
- Utamidewi, Wahyu, Deddy Mulyana, and Edwin Rizal. 2017. "Pengalaman Komunikasi Keluarga Pada Mantan Buruh Migran Perempuan." *Jurnal Kajian Komunikasi* 05(01):69–80.
- West, Richard, and Lynn H. Turner. 2014. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Wood, Julia T. 2018. *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*. Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Xiao, Renbin, Tongyang Yu, and Jundong Hou. 2020. "Modeling and Simulation of Opinion Natural Reversal Dynamics with Opinion Leader Based on HK Bounded Confidence Model." *Hindrawi Complexity* 1–20. doi: <https://doi.org/10.1155/2020/7360302>.
- Yadani, Febi. 2017. "Pengalaman Komunikasi Dan Konsep Diri Pengungsi Asal Afghanistan Di Kecamatan Rumbai." *JOM Fisip* 04(02):1–14.
- Yulianti, Rina, Mufarrijul Ikhwan, and Nurul Zaman. 2015. "Urgensi Pengaturan Reklamasi Pantai Di Wilayah Pesisir Selatan Madura." *Yustisia* 04(01):103–21.

**2. Bukti Konfirmasi Review
dan Hasil Review Pertama
(25 Maret 2022)**

Worlpha | Hasil Review Jurnal Jurnas - 11 | Octani et al. | Manajemen Kom... |

https://ojs.uap.ac.id/index.php/WorlphaDashboard/subreviewer/SITE

For quick access, place your favorites here on the favorites bar. <https://ojs.uap.ac.id>

Jurnal ILMU KOMUNIKASI

← Back to Submissions

Saran Revisi Artikel Pra-review

Participants

Brahma Putra Pratama (brahmapp)
Nanang Kirdhanto Nanang Kirdhanto (nanangnt)

Messages

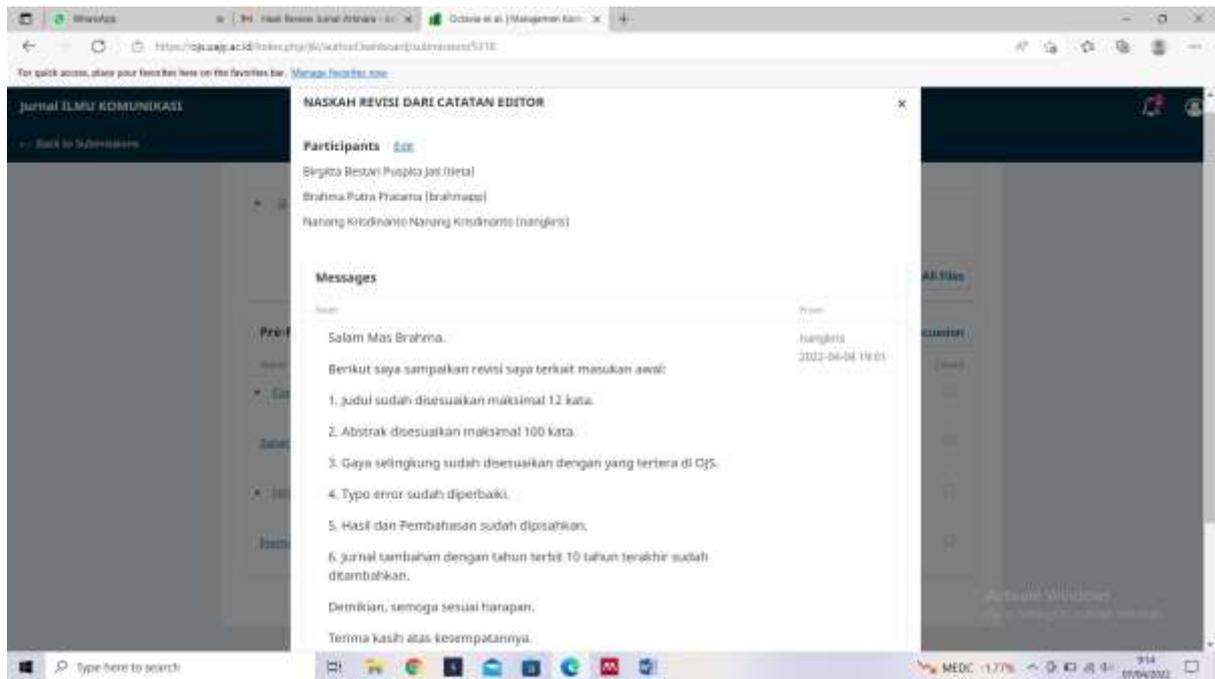
From	To
Wahmapp	brahmapp
2022-05-25 13:15	
Yth. Mas Nanang	
Terima kasih sudah mengirimkan naskah ke jurnal kami. Untuk memastikan naskah yang masuk ke reviewer nanti sudah sesuai dengan gaya selingkung BK, berikut saran perbaikan untuk naskah yang telah Anda kirimkan kepada kami.	
Mohon dapat menjadi perhatian	
Terima kasih.	
Selam,	
Brahma Putra	
jku-jurnal-komunikasi-uay-naskah-jurnal-kengerah_edit_pra-review.docx	
nanangnt	brahmapp
2022-05-30 22:51	
Terima kasih atas responnya Mas, Saya akan perbaiki segera.	
Selam	

Auto save: 5/30/2022
Log in | Logout | Account | Settings

Type here to search

UMK -2,17% 914 05/04/2022

**3. Bukti Konfirmasi Submit Revisi Pertama,
Respon kepada Reviewer,
dan Artikel yang Diresubmit
(4 April 2022)**



Respon penulis terhadap catatan editor/reviewer telah disampaikan melalui korespondensi melalui OJS di atas.

Bukti artikel yang diresubmit

Manajemen Komunikasi Pelaku Reklamasi Ilegal: Studi Fenomenologi Praktik ‘Nggacar’ di Pesisir Surabaya

Abstract: *This study focuses on the communication management of perpetrators of illegal reclamation practices on the coast of Surabaya. In the local language, this practice is called gacaran. This study aims to understand the communication management of actors that allowed this practice to be carried out as a normal thing. The study used a qualitative approach with phenomenological methods. The findings show that reclamation actors interpret it as a legitimate practice, the historical right of indigenous people to enjoy the economic potential of their ancestral lands, and an instrument of protest against reclamation by large housing developers.*

Keywords: Reclamation, Nggacar, Communication Management, Phenomenology.

Abstrak: Kajian ini berfokus pada manajemen komunikasi pelaku praktik reklamasi ilegal di pesisir Surabaya. Dalam bahasa lokal, praktik ini disebut *nggacar* dan lahan reklamasinya disebut tanah *gacaran*. Penelitian ini bertujuan memahami manajemen komunikasi pelaku yang memungkinkan praktik ini dilakukan sampai sekarang sebagai hal normal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Temuan menunjukkan, pelaku reklamasi memaknainya sebagai praktik sah, hak sejarah warga asli untuk menikmati potensi ekonomi tanah leluhur, dan menjadikannya sebagai instrumen protes terhadap reklamasi yang dilakukan pengembang perumahan besar.

Kata Kunci: Reklamasi, Nggacar, Manajemen Komunikasi, Fenomenologi.

Riset ini bertitik-tolak dari dua hal. Pertama, mengutip Kalalo (2016: p. 52), sampai sekarang secara ekonomi nelayan masih bergulat dengan kemiskinan, meskipun laut memiliki potensi melimpah. Kedua, merujuk kajian Aminah (2015: p. 69) tentang problematika kekuasaan dalam penataan ruang Kota Surabaya yang menghasilkan temuan bahwa Pemkot Surabaya mengabaikan perlindungan hutan mangrove dan pantai. Di kawasan tersebut, sebagian ruang diubah menjadi ruang komersial yang merupakan cerminan kekuatan pemilik modal. Meskipun mendapatkan perlawanan dari masyarakat

(nelayan dan masyarakat yang sebagian besar menggantungkan hidupnya pada potensi pantai itu), tetapi Pemkot Surabaya condong berpihak kepada pemilik modal. Izin reklamasi pantai (termasuk di kawasan Pantai Kenjeran) mencerminkan asumsi bahwa pesisir merupakan wilayah tidak bermanfaat dan karena itu perlu dibangun.

Pada saat bersamaan, muncul fenomena menarik di masyarakat pesisir Pantai Kenjeran, termasuk di Sukolilo Baru, Kec. Bulak yang menjadi lokasi penelitian. Kawasan ini merupakan kampung nelayan karena letaknya berdampingan dengan pantai, dan

warganya kebanyakan menjadi nelayan. Dalam kurun waktu 30 tahun, muncul persoalan terkait tersedianya lahan yang bisa digunakan menjemur hasil laut dan kesulitan pemukiman. Hal tersebut kemudian membuat warga melakukan pengurukan (reklamasi) untuk menciptakan ruang tambahan.

Sejumlah pihak termasuk DPRD Surabaya melihat tindakan ini sebagai reklamasi liar, karena melanggar Perda Provinsi Jatim Nomor 1 Tahun 2018 tentang Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau kecil Provinsi Jawa Timur Tahun 2018-2038 (Rasi, 2019). Warga melakukan pengurukan di pesisir pantai untuk membuat daratan baru dengan menggunakan pasir dan batu. Awalnya, daratan baru itu digunakan untuk menjemur hasil laut, tetapi sejumlah warga memakainya untuk membangun pemukiman. (KBID, 2019). Yang kemudian juga menjadi masalah adalah munculnya praktik jual-beli lahan reklamasi liar tersebut yang banyak

menimbulkan sengketa hukum (Hakim, 2019).

Mengutip Kusnadi (2009: p. 39), masyarakat nelayan memiliki sejumlah karakteristik, yaitu mempunyai etos kerja tinggi, hubungan sosial amat kuat, memiliki kemampuan adaptasi dan solidaritas sosial, serta kompetitif. Dengan merujuk karakteristik itu, praktik reklamasi dan jual-beli lahan reklamasi tersebut bisa dilihat sebagai bentuk adaptasi mereka terhadap masalah ekonomi yang terkait kesulitan lahan penjemuran ikan dan tempat tinggal. Sebelumnya, karena keterbatasan lahan warga harus menjemur ikan hasil tangkapan di sekitar rumah atau di pinggir jalan. Sedangkan terkait tempat tinggal, banyak rumah di Sukolilo Baru dihuni lebih dari satu keluarga. Karena harga tanah atau rumah semakin sulit dijangkau, warga mengambil cara pintas. Warga yang halaman belakang rumahnya berbatasan dengan pantai melakukan pengurukan untuk menambah daratan.

Dengan demikian, terdapat dua kelompok pelaku reklamasi dengan kebutuhan berbeda. Kelompok pertama merupakan nelayan yang memerlukan penambahan lahan untuk menjemur hasil laut. Yang kedua adalah warga membutuhkan lahan untuk hunian. Mengutip Harmaini et al. (2017: p. 47), ada identitas sosial yang selalu melekat kepada individu anggota kelompok, dan bersumber dari keanggotaan, nilai, atau signifikansi. Identitas ini bersumber dari nilai atau signifikansi keanggotaan individu tersebut di dalam kelompok sosial. Kedua kelompok pelaku reklamasi tersebut merupakan kelompok yang punya ikatan emosional berdasarkan kesamaan tempat tinggal dan masalah yang dihadapi.

Dalam konteks ini, kajian berfokus pada pengalaman komunikasi pelaku reklamasi terkait aktivitas reklamasi yang dianggap ilegal tersebut. Mulyana (2009: p. 108) menyatakan, “Kita tidak dapat tidak berkomunikasi (*we cannot not communicate*)”. Pada hakikatnya, manusia

tidak dapat berhenti berkomunikasi. Setiap tindakan seseorang selalu punya potensi ditafsir orang lain. Kemampuan seseorang berkomunikasi dipengaruhi oleh *field experience* (bidang pengalaman) yang dimiliki. Ada yang disebut sebagai perspektif ganda ketika seseorang berkomunikasi, yaitu ketika seseorang tersebut berupaya memahami pikiran atau sudut pandang orang yang diajaknya berkomunikasi. Itu sebabnya, dalam berkomunikasi seseorang harus memahami tindakan atau pikiran orang yang diajaknya berkomunikasi (Wood, 2018: p. 36). Seseorang akan membawa pengalaman unik masing-masing tatkala berkomunikasi, dan hal itu ikut memengaruhi proses komunikasi yang mereka lakukan (West and Turner, 2014: p. 13). Dari sini akan muncul pemahaman dengan berdasar pengalaman bersama, yaitu individu sebagai bagian dari kelompok (Kuswarno, 2009: p. 18). Tetapi tetap saja individu di dalam kelompok akan memiliki pemahaman dan pemaknaan masing-

masing dalam menjelaskan pengalaman mereka.

Dalam kajian ini, peneliti berfokus pada manajemen komunikasi (sebagai bagian dari pengalaman komunikasi) para pelaku reklamasi yang dianggap liar atau ilegal di Sukolilo Baru (Pantai Kenjeran) Surabaya. Manajemen komunikasi, menurut Kuswarno (2009: p. 118), terkait dengan proses interaksi sosial yang memengaruhi pemaknaan atau interpretasi seseorang dalam menerima pesan. Ketika seseorang menginterpretasi pesan, maka akan terbentuk makna yang menjadi pola dasar dari tindakan orang tersebut. Dalam konteks kelompok, manajemen komunikasi bisa dilihat dari cara kelompok mengelola komunikasi dalam tatanan individual anggota kelompok. Selain itu, hubungan dengan individu lain di luar kelompok juga bisa dijelaskan lewat manajemen komunikasi.

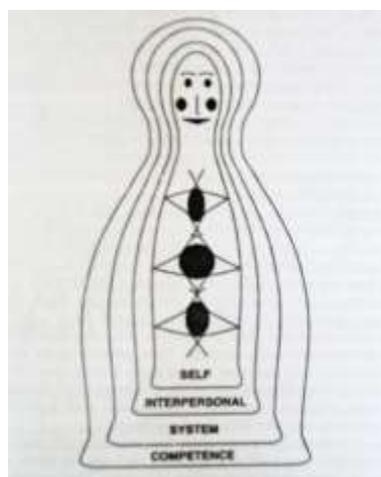
Dalam konteks manajemen kelompok inilah menarik untuk diketahui bagaimana kompetensi komunikasi para

pelaku reklamasi ini dalam mempertahankan praktik ini selama puluhan tahun (sejak 1990-an). Respon para pelaku ketika dianggap melakukan praktik ilegal menunjukkan bagaimana mereka menjalankan manajemen komunikasi sebagai bentuk pertahanan diri. Saat diwawancarai wartawan, pelaku reklamasi menolak praktik tersebut disebut reklamasi, melainkan revitalisasi. Alasannya, lokasi yang direklamasi merupakan milik nenek moyangnya yang tergerus air laut. Apalagi pihak RT, RW dan kelurahan diklaim menyetujui reklamasi yang dilakukan atas inisiatif warga ini, dan pelaku menerima SPPT (Surat Pemberitahuan Pajak Terutang) yang harus dibayar tiap tahun (Rasi, 2019). Warga pelaku reklamasi juga melakukan protes ketika ditertibkan, dan mempertanyakan reklamasi juga yang dilakukan para pengembang di wilayah tersebut (Zahroh, 2017).

Mereka ini terlihat mengambil sikap defensif terhadap praktik reklamasi yang

mereka lakukan dan menyebutnya sebagai hak warga. Muncullah konsep ke-“kita”-an yang mengekspresikan identitas sosial kelompok tersebut. Seperti dijelaskan Goldberg & Larson (2006: p. 24-25), pengambilan mengambil keputusan terkait topik tertentu di dalam suatu kelompok pasti melibatkan manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi kelompok warga pelaku reklamasi tersebut terjadi ketika anggotanya saling berinteraksi dan memunculkan makna subjektif terkait pengalaman reklamasi tersebut. Untuk

mengurai pengalaman dalam manajemen komunikasi para pelaku praktik reklamasi ini peneliti menggunakan model manajemen komunikasi yang dikembangkan Kaye (1992) yang diilustrasikan dalam bentuk “Boneka Matouschka Rusia” (*Russian Matouschka Doll*). Model ini sering digunakan para peneliti untuk menjelaskan manajemen komunikasi yang dilakukan berbagai kelompok atau individu dalam kelompok. Kaye menggambarkan model ini yang dapat diamati pada Gambar 1:



Gambar 1: Model Manajemen Komunikasi Michael Kaye

Sumber: Kaye (1992)

Boneka ini diilustrasikan terdiri dari empat ukuran. Boneka paling besar merupakan pelapis bagi boneka-boneka

yang lebih kecil di dalamnya. Boneka terkecil menggambarkan “Diri” atau *The Self*, yang menunjukkan bahwa pemahaman

akan diri seseorang merupakan langkah awal dalam meraih keberhasilan pengelolaan diri orang yang bersangkutan. Boneka ini merupakan bagian intrapersonal dari model manajemen komunikasi. Boneka yang lebih besar (melapisi *The Self*) menunjukkan dimensi interpersonal yang berfokus pada hubungan diri (*The Self*) dengan orang lain. Boneka ini mengilustrasikan bagaimana komunikasi antar manusia bisa saling memengaruhi dan menghasilkan perubahan sebagai hasil dari interaksi tersebut. Boneka selanjutnya (yang melapisi Interpersonal) menggambarkan masyarakat dalam sistem (*People in System*); yang berbicara mengenai budaya, aturan, norma, nilai, hingga aktivitas yang ada dalam sistem manusia tersebut. Boneka terbesar yang melapisi tiga boneka di bawahnya disebut Boneka Kompeten (*Competence Doll*), yang menunjukkan bahwa “kompeten” dalam manajemen komunikasi artinya individu dapat mengembangkan kendali akan dirinya dan dapat mengubah sistem

sosial. Keempat lapisan Boneka Matouschka tersebut berbicara mengenai kompetensi seseorang dalam menampilkan komunikasi terbaik yang dapat dilakukan pada lingkungannya. Dalam konteks komunikasi kelompok, kompetensi ini erat kaitannya dengan kemampuan anggota untuk memahami ideologi kelompok.

Hal tersebut menjadi tujuan penelitian ini, yaitu menguraikan bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan pelaku reklamasi di pesisir Pantai Kenjeran melalui pengalaman masing-masing. Melalui model Boneka Matouschka Rusia ini, masing-masing dimensi manajemen komunikasi dalam pengalaman mereka akan diurai, yang kemudian bisa digunakan untuk menjelaskan pemaknaan mereka terhadap praktik yang dianggap ilegal tersebut. Sebelumnya, sejumlah peneliti telah melakukan penelitian terkait tema ini. Tema reklamasi pernah dikaji oleh Nugroho & Widya (2019) terkait kasus reklamasi di Bali; Yulianti, Ikhwan, &

Zaman (2015) terkait reklamasi pesisir selatan Madura; Puspasari, Hartati, & Anggawangsa (2017) terkait reklamasi Teluk Jakarta; Kalalo (2009) tentang hak masyarakat pesisir; Aminah (2015) tentang konflik tata ruang di Surabaya yang menyangkut reklamasi pantai timur dan selatan Surabaya; atau Hasyim & Ohoiwutun (2017) tentang masyarakat pesisir di Maluku Tenggara. Sedangkan kajian terkait pengalaman atau manajemen komunikasi namun terhadap kelompok yang berbeda pernah dilakukan Tabrani (2020) terhadap pekerja asing di Indonesia; Nurtyasrini & Hafiar (2016) yang membahas pengalaman komunikasi terkait kesehatan diri pemulung di TPA Bantar Gebang; Permana & Suzan (2018) tentang pengalaman komunikasi penggemar budaya Jepang; Yadani (2017) tentang pengalaman komunikasi pengungsi Afghanistan di Kecamatan Rumbai; dan Utamidewi, Mulyana, & Rizal (2017) yang mengulas pengalaman komunikasi keluarga mantan buruh migran.

Dari tema penelitian yang beragam tersebut (baik yang terkait reklamasi maupun pengalaman serta manajemen komunikasi) belum tampak yang berfokus pada pengalaman atau manajemen komunikasi masyarakat pesisir. Sedangkan penelitian terkait manajemen atau pengalaman komunikasi yang lain lebih banyak berfokus pada persoalan budaya atau gaya hidup. Kajian sebelumnya tentang reklamasi atau masyarakat pesisir pantai lebih banyak yang berfokus pada aspek ekonomi politik atau ekonomi pembangunan yang cenderung berlevel makro, sedangkan riset ini memusatkan perhatian pada dinamika level mikro yang tecermin pada pengalaman dan manajemen komunikasi para pelaku reklamasi. Dari hal tersebut akan bisa dilacak akar persoalan reklamasi ini, misalnya mengapa praktik ini sulit dihentikan sejak tahun 1990 meski dianggap ilegal dan terus mendapat tekanan dari pemerintah kota. Apalagi, penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yang memang berfokus pada pengalaman

dan pemaknaan individu, dan menguraikan fenomena dari sudut pandang yang mengalami.

Dengan demikian, deskripsi data pengalaman dan pemaknaan para pelaku reklamasi ini akan memiliki signifikansi praktis dalam pencarian solusi. Sedangkan secara teoritis, kajian ini bisa digunakan untuk mengisi celah yang kurang dibahas pada penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu dimensi mikro (atau kesadaran individu) dari praktik reklamasi yang dianggap liar atau ilegal ini.

METODE

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif yang menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumen, yang kemudian dianalisis secara induktif (Lune & Berg, 2017: p. 17). Untuk menunjang pengambilan data, riset ini

menggunakan metode fenomenologi dengan mengikuti pikiran Husserl yang memfasilitasi peneliti untuk memahami pengalaman dan manajemen komunikasi pelaku reklamasi dari sudut pandang mereka sendiri. Di lapangan peneliti menjalankan apa yang disebut presuposisi, yaitu menghindari asumsi yang dipasang sebelumnya (terkait praktik reklamasi liar) dan membiarkan pengalaman subjek penelitian menjelaskan dirinya sendiri sebagaimana yang dimaksud dalam fenomenologi (Conklin 2014: p. 117).

. Subjek penelitian dipilih dengan mempertimbangkan hal berikut: 1) mengalami peristiwa yang diteliti; 2) bisa menceritakan peristiwa yang dialami; 3) suka rela menjadi subjek riset (Creswell, 2007: p. 118). Subjek merupakan pelaku reklamasi di Sukolilo Baru, Kec. Bulak, Surabaya, yang bisa dilihat di tabel berikut ini.

Tabel 1: Daftar Subjek Penelitian

No.	NAMA	USIA	PEKERJAAN	KETERANGAN
1.	Anang Purwanto	47	Nelayan	Ketua RW 02, Kel. Sukolilo Baru, Kec. Bulak, Surabaya dan Wakil Ketua Paguyuban Udang Rebon Punya lahan reklamasi untuk penjemuran ikan

2.	Hamukah	58	Nelayan	Tetua Sukolilo Baru, anggota Paguyuban Udang Rebon, dan Wakil DPD HNSI Cab. Surabaya Memiliki lahan reklamasi untuk rumah sekaligus penjemuran
3.	Rochman	49	Nelayan	Penduduk asli Sukolilo Baru Punya dua lahan reklamasi untuk tempat tinggal dan lahan penjemuran
4.	Aunun Rofiq	52	Nelayan	Penduduk asli Sukolilo Baru. Memiliki lahan reklamasi yang digunakan untuk rumah sekaligus penjemuran.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Data digali melalui wawancara mendalam. Mengutip Seidman (2006: p. 16), tujuan wawancara mendalam dalam penelitian fenomenologi bukanlah untuk mendapat jawaban atau evaluasi, tetapi untuk memahami pengalaman yang dialami manusia dan makna yang mereka konstruksikan pada pengalaman tersebut. Untuk melakukan proses wawancara, peneliti terjun ke lapangan pada rentang bulan Januari hingga April 2021.

HASIL

Untuk mempermudah memahami hasil penelitian, bagian ini disusun menjadi dua bagian. Bagian pertama akan menguraikan konteks masyarakat Sukolilo di mana praktik reklamasi yang dianggap liar ini berjalan. Bagian kedua berupaya menyelami bagaimana warga atau pelaku

memaknai praktik reklamasi yang mereka lakukan.

‘Nggacar’ dan Problem Ekonomi di Masa Pandemi

Jika istilah reklamasi ditanyakan kepada warga Sukolilo Baru, biasanya mereka cenderung menolak. Mereka merasa istilah tersebut terlalu abstrak dan “muluk-muluk.” Warga lebih memilih kata *nggacar* untuk menjelaskan praktik pengurukan lahan atau reklamasi. Kata ini berasal dari campuran Jawa *ngoko* (*Suroboyoan*) dan Jawa khas wilayah Gresik (*Gresikan*) yang sehari-hari digunakan warga setempat. Sedangkan lahan reklamasi yang sudah diurug dan telah menjadi daratan baru disebut tanah *gacaran*. Untuk selanjutnya, istilah *nggacar* akan lebih banyak digunakan dalam uraian berikutnya. Sukolilo Baru

merupakan salah satu kampung yang menjadi sasaran utama program pemerintah. Mayoritas warganya yang menjadi nelayan membuat mereka mendapat perhatian ekstra karena kompleksitas masalah yang muncul, seperti kemiskinan, kepadatan penduduk, hingga perekonomian rakyat yang harus terus berputar. Apalagi, sebagai nelayan pendapatan warga bergantung pada musim dan cuaca, faktor alam yang tidak dapat dikontrol.

“Ya mulai dari Corona itu bersamaan dengan cuaca kurang bersahabat, banyak hujan angin, bahkan puting-beliung. Jadi pendapatan nelayan ndak jelas. Apalagi ditambah Corona, kalau ndak Corona sekitar 200-300 ribuan, kondisi sekarang ya 50-70 ribuan. Ndak cukup, banyak liburnya.” (Anang Purwanto, 07/04/2021)

Menurunnya pendapatan ini bukan hal baru bagi nelayan, bahkan sejak sebelum pandemi menyerang mereka tetap memiliki siklus pendapatannya sendiri. Dalam satu tahun, ada masa di mana mereka mendapat pendapatan melimpah, dan ada masa di mana harus menggunakan

siswa tabungan untuk bertahan hidup. Secara umum, mengutip Kusnadi (2009: p. 39), masalah masyarakat nelayan berputar pada hal-hal seperti kesenjangan sosial dan kemiskinan, selain juga masalah akses modal, teknologi, pasar, kualitas SDM, degradasi sumber daya lingkungan, dan kebijakan pembangunan yang tidak berpihak.

“Kami pernah dijanjikan insentif Rp 1-2 juta per bulan. Sampai sekarang warga nelayan masih menanyakan ke saya, artinya warga sangat membutuhkan insentif itu. Katanya bulan Juli akan dijadikan kartu pariwisata, dan para nelayan-nelayan itu ditenagakerjakan untuk wisata. Itu janjinya. Gaji RT RW 1 jutaan, sampek sekarang nyatane yo gak dikasih.” (Anang Purwanto, 07/04/21)

Hamukah dan satu warga yang ikut mengobrol bersama peneliti mengeluhkan betapa mereka membutuhkan bantuan pemerintah untuk alat pengeringan ikan. Menurut mereka, alat ini bisa membantu proses pengeringan agar bisa lebih cepat. Ketika musim panen, jumlah tangkapan bisa mencapai dua kali lipat, sehingga

mereka harus cepat mengeringkan hasil tangkapan tersebut. Jika tidak, tangkapan tersebut akan segera busuk dan tidak dapat dijual. Beberapa tahun lalu, menurut cerita mereka, pemerintah menjanjikan pembangunan bendungan untuk mengurangi keterbatasan lahan dan meningkatkan kualitas jual hasil tangkapan nelayan. Proyek ini telah lama dijanjikan, yakni sejak Walikota Soenarto Soemoprawiro (1994-2002). Namun proyek ini menuai pro-kontra antara nelayan dan warga biasa (non-nelayan). Warga non-nelayan tidak menganggap proyek ini adalah harus dilakukan. Padahal menurut nelayan, bendungan ini dapat membantu mereka melakukan penjemuran dan dijadikan lahan terbuka bagi anak-anak.

Kehidupan nelayan yang kompleks dan selalu mengharapkan bantuan pemerintah bisa dilihat sebagai bentuk keterasingan nelayan dari masyarakat non-nelayan. Masyarakat non-nelayan tidak memahami dunia nelayan bekerja, dan

nelayan juga tidak memiliki waktu berinteraksi dengan masyarakat non-nelayan, terutama yang berada di luar tempat tinggal mereka. Hal ini terjadi karena nelayan lebih sering meluangkan waktunya berkumpul dengan sesama nelayan dan kegiatan penangkapan ikan. Selain itu, secara geografis, masyarakat non-nelayan juga jauh dari tempat tinggal nelayan yang dekat dengan pantai (Satria, 2015: p. 22).

“Jangan sampai anak saya jadi nelayan seperti saya. Kalau bisa jadi menteri, atau presiden kalau bisa. Biar Pak Jokowi tahu, kita-kita para nelayan Kenjeran mau jadi DPRD, atau jadi menteri, atau jadi dokter! Kalau regenerasi kan ada bibitnya, kalau saya ya jangan sampai anak saya jadi generasi nelayan. Lebih baik jadi generasi menteri aja.” (Anang Purwanto, 07/04/21).

Pernyataan di atas mewakili harapan para informan lain mengenai regenerasi nelayan di kampung mereka. Pekerjaan sebagai nelayan dinilai terlalu melelahkan dan menghadapi pendapatan yang tidak pasti. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya regenerasi nelayan

di Kampung Sukolilo. Menurut Satria (2015: p. 21), nelayan memang memiliki status relatif rendah. Status ini menyebabkan degradasi pada pandangan nelayan sebagai profesi. Namun, pada praktiknya profesi nelayan memang tidak bisa dilakukan semua orang. Profesi ini membutuhkan kegigihan dan kedisiplinan, mengingat hal-hal yang dipelajari nelayan merupakan hal-hal praktikal.

Menyelami Makna 'Nggacar' bagi Pelaku Kehidupan warga Sukolilo Baru kini berangsur membaik dibanding sebelum reklamasi dilakukan. Saat itu, tidak semua warga memiliki rumah. Rata-rata warga harus tinggal di kos atau kontrakan. Terbatasnya lahan dan kondisi ekonomi membuat mereka tidak bisa mendirikan hunian di pemukiman tersebut. Menariknya, warga yang lahir dan besar di Sukolilo Baru tidak ingin keluar dari wilayah itu, bahkan mereka juga megisyaratkan anak-anak mereka tidak pindah tempat tinggal. Ini merupakan salah satu karakteristik yang tumbuh dalam dinamika masyarakat pesisir, yakni adanya

relasi sosial yang kuat, atau disebut relasi patron-klien. Relasi ini merupakan relasi yang dominan dan terbentuk karena adanya kesamaan profesi, sistem ekonomi, dan tempat tinggal (Kusnadi, 2009: p. 39).

“Jadi anak saya kan mau ngontrak. *Ndak usah, lapo ngontrak. Wis omah iki nggonono, tak anune. Cekel duek, sing tiati, bekne omah iku iso bangunen.* (Tidak perlu, untuk apa mengontrak. Sudah, rumah ini kamu tinggali. Simpan uang yang hati-hati, siapa tahu rumah itu (lahan reklamasi) bisa kamu bangun).” (Rochman, 09/04/2021)

Rochman adalah nelayan yang sejak kecil tinggal di Sukolilo Baru. Ia termasuk warga yang pendiriannya cukup kuat untuk tetap tinggal di pemukiman tersebut. Alasannya sederhana namun logis, yaitu masalah keahlian. Rochman melihat dirinya sebagai seseorang yang tidak mempunyai keahlian khusus dan tingkat pendidikan tinggi. Jika harus berpindah ke tempat lain, mungkin ia akan berakhir menjadi buruh bangunan atau pekerja kasar lainnya. Di sini, menurutnya, lebih enak dan nyaman, apalagi bagi seorang nelayan sepertinya.

Pemikiran Rochman mewakili pemikiran tiga subjek penelitian lain yang diwawancarai. Mereka bertahan dan terus menetap karena merasa sudah menemukan ritme keseharian yang ideal.

Saat berada berbincang-bincang dengan subjek penelitian, pernyataan “penduduk semakin padat, pemukiman semakin sempit” kerap disampaikan baik oleh subjek penelitian atau warga lain. Karena itu, tahun 1990-an dianggap tahun pembawa berkah bagi warga. Warga yang tadinya tidak memiliki rumah, mendapat kesempatan untuk mendaftar antrean pengurukan hanya dengan membayar Rp 250 ribu. Pada tahun itulah, aktivitas *nggacar* pertama kali diusulkan atas desakan nelayan yang tidak punya lahan menjemur hasil laut. Warga berani *nggacar* karena merasa lahan yang di-*gacar* merupakan milik nenek moyang mereka yang tergerus laut, dan disetujui Ketua RT, RW dan kelurahan setempat.

Pengurukan dilakukan dengan mendatangkan *dump truck* berisi pasir dan

batu. Belakangan, proses *nggacar* dipermudah dengan bahan baku berupa batu kapur yang dikirim dari Madura. Jika ditotal, biaya pengurukan dapat mencapai Rp 30 juta, angka yang tidak murah bagi nelayan. Lahan *gacaran* itu memang tidak memiliki sertifikat kepemilikan resmi, namun mereka mendapatkan Surat Pemberitahuan Pajak Terutang (SPPT) yang harus dibayar dalam satu tahun pajak. Adanya SPPT ini semakin membuat warga menganggap tanah *gacaran* adalah sah dan legal.

Kalimat “siapa cepat, dia dapat” merupakan istilah tepat untuk menggambarkan gelombang *nggacar* saat itu. Warga yang kebutuhannya mendesak diutamakan untuk mendapat nomor urut pengurukan. Atas dasar “sama rasa, sama rata,” warga lain sabar menunggu giliran. Namun terbitnya Peraturan Pemerintah No. 78 Tahun 2010 tentang Reklamasi dan Pascatambang membuat situasi berubah. Aturan ini mengatur bahwa perizinan, pelaksanaan, dan pelaporan reklamasi yang

harus dilakukan secara formal antara penyelenggara dengan pemerintah. Sejak aturan ini terbit, pembagian nomor urut pengurukan tidak lagi berjalan. Pengurukan hanya bisa dilakukan warga yang sudah telanjur memiliki nomor urut.

Situasi bertambah rumit karena pada 2019 muncul isu jual-beli tanah *gacaran*. Muncul laporan ke Komisi C DPRD Surabaya bahwa ada warga yang menjual tanah *gacaran* dengan harga Rp 50 – 100 juta per kapling. Komisi C merespon laporan itu dengan mengingatkan warga agar tidak menjalankan praktik itu (Soekarno, 2019). Warga sendiri merespon Komisi C dengan menggelar demo dan menolak isu tersebut (Hakim, 2019b). Sampai sekarang, praktik *nggacar* ini dicap aktivitas tak berizin dan melanggar undang-undang serta sensitif bagi warga. Saat di lapangan, peneliti beberapa kali diingatkan untuk berhati-hati membahas reklamasi.

Anang Purwanto, salah satu subjek penelitian, mengaku memiliki tanah

gacaran dari membeli, bukan mendaftar pengurukan yang dinilainya haram.

“Saya ndak daftar, beli orang. Ya, karena saya merasa mampu ya saya ndak daftar, gitu lho. Kalau RW sadar kayak aku Insya Allah enak. Ndak perlu *gacaran*, kasihan yang ndak punya rumah. Lha ini, sudah haji, istrinya hajjah, ikut daftar. Kalau saya bilang itu haram!” (Anang Purwanto, 07/04/2021).

Namun ternyata masih ada warga yang mampu secara finansial, tetapi ikut mendaftar agar mendapat kesempatan untuk *nggacar*. Menurut pengakuan Anang, mereka adalah juragan-juragan terkenal di kampung, bahkan menyandang sebutan Haji atau Hajjah. Warga yang mengetahui hanya bisa diam dan mengelus dada. Nantinya, menurut Anang, tanah yang sudah dibeli para juragan itu akan dijual lagi dengan harga tinggi, atau disewakan sebagai lahan penjemuran dengan biaya sekitar Rp 3 juta rupiah per tahun. Berdasar perhitungan Anang, hingga saat ini terdapat sekitar 130 lahan reklamasi, kurang lebih 80 di antaranya sudah diurug. Jika dipetakan, dari sembilan gang, tiap gang

memiliki setidaknya 25 sampai 30 lahan *gacaran*.

Bagi warga Sukolilo, *nggacar* merupakan solusi atas masalah. Mereka tidak harus mengeluarkan biaya sebesar jika membeli lahan. Mereka tidak ingin berpindah dari tempat yang mereka tinggali sejak kecil dan dianggap milik nenek moyang. Inilah poin penting mengapa praktik *nggacar* tetap berjalan meski dianggap ilegal. Hal ini juga menjadi tanda bahwa hubungan antar warga di Sukolilo memiliki tingkat kohesivitas tinggi. Secara teoritik, kohesi kelompok memang merupakan dorongan yang membuat anggota kelompok tetap berada dalam kelompok dan tidak meninggalkannya (Rakhmat, 2009: p. 39). Hal ini merupakan bentuk identitas sosial pelaku reklamasi. Identitas sosial merupakan konsep diri individu yang timbul dari keanggotaannya dalam kelompok sosial. Hal tersebut timbul bersama dengan nilai dan sisi emosional yang melekat pada eksistensinya sebagai

anggota kelompok (Harmaini et al., 2017: p. 52).

Pelaku *nggacar* memiliki nilai dan hubungan yang kuat dengan seluruh aspek di Kampung Sukolilo. Perasaan “ke-kitaan” dan rasa memiliki timbul di dalam diri mereka sehingga merasa “berhak” atas wilayah tinggal tersebut. Fenomena ini juga merupakan salah satu hal yang peneliti temukan selama melakukan observasi di Kampung Sukolilo. *Sense of belonging* tersebut sangat tinggi, sampai-sampai subjek penelitian dan keluarganya kebanyakan menikah dengan sesama warga Sukolilo. Hal ini juga bisa saja dipengaruhi oleh tingginya homogenitas profesi di Kampung Sukolilo Baru, sehingga kebanyakan dari mereka tidak memiliki kesempatan bergaul dengan orang di luar kelompoknya.

PEMBAHASAN

Kaye menjelaskan, jantung komunikasi tidak terlihat di permukaan atau hal-hal yang bisa kasat mata, tetapi pada interpretasi atau makna yang melekat pada

pesan (Kuswarno 2009: p. 118). Saat seseorang menyampaikan pesan, interpretasinya terhadap pesan tersebut memengaruhi caranya menyampaikan. Dalam konsepsi Kaye, kemampuan berkomunikasi tidak muncul begitu saja ketika individu lahir, kemampuan itu merupakan produk dari proses pengembangan apa yang ia pelajari.

Dalam konteks warga Sukolilo Baru, rata-rata penduduk di sana adalah penduduk asli yang tinggal di sana sejak lahir. Adaptasi kebiasaan dan budaya lokal masyarakat setempat diturunkan dari

orangtua. Kemampuan subjek penelitian mengkonstruksi pemaknaannya terhadap *nggacar* juga tidak lepas dari hubungan mereka satu sama lain. Homogenitas profesi membuat mereka harus menghadapi rutinitas yang sama setiap hari, dan turut mendorong intensitas interaksi antar warga. Dalam manajemen komunikasi, dijelaskan bagaimana makna dapat terbentuk di masyarakat. Konstruksi makna yang timbul di Sukolilo Baru adalah hasil dari kesepakatan kolektif yang tumbuh dari nilai, norma, dan budaya warganya.

Tabel 2. Proses Manajemen Komunikasi Pelaku ‘Nggacar’

Lapisan	Keterangan
<i>The Self</i>	Sisi fundamental pelaku <i>nggacar</i> ; apa yang ia percayai dan ia lakukan
<i>Interpersonal</i>	Hubungan pelaku <i>nggacar</i> dengan warga/pelaku reklamasi lainnya
<i>People-in-System</i>	Norma, nilai, dan budaya yang dipercaya di Sukolilo Baru
<i>Competence</i>	Kemampuan pelaku <i>nggacar</i> menginterpretasikan apa yang ia percayai. Hal ini merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tabel 2 merupakan penggambaran singkat dari perumpamaan Kaye terhadap konsep manajemen komunikasi. Ia mengumpamakan manajemen komunikasi sebagai “Boneka Matouschka Rusia” yang

memiliki empat tingkatan. Keempat tingkatan tersebut terdiri dari: *the self*, *interpersonal*, *people in system*, dan *competence*. Tingkatan tersebut saling melapisi satu sama lain, tingkatan pertama

dilapisi oleh tingkatan kedua, dan seterusnya. Peneliti mengolah perumpamaan tersebut ke dalam tabel yang merepresentasikan setiap tingkatan komunikasi pelaku *nggacar*. Empat tingkatan proses manajemen komunikasi tersebut saling berhubungan, terutama dalam mempengaruhi interpretasi individu.

Jika dimulai dari tingkatan pertama, *The Self* berbicara sisi fundamental individu. Tingkatan ini mencerminkan pengelolaan diri (*self-management*)

seseorang, bagian ini adalah sisi intrapersonal seseorang (Kuswarno, 2009: 119). Pada tingkatan ini, peneliti mengamati sisi fundamental pelaku *nggacar*, yakni apa yang ia percayai sebagai sesuatu yang bisa dan tidak bisa dilakukan. Dalam tingkatan *The Self*, subjek penelitian melihat bahwa masalah keterbatasan lahan di Sukolilo membutuhkan jalan keluar. Maka, sisi *survival-mode* mereka seolah diaktivasi oleh situasi yang mendesak.

Tabel 3. Proses Manajemen Komunikasi *The Self* Pelaku ‘Nggacar’

Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	<i>Nggacar</i> merupakan cara warganya yang tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal dan pengeringan ikan.
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	<i>Nggacar</i> sah dilakukan meski secara hukum formal tidak legal.
Anunun Rofiq	Nelayan, warga biasa	<i>Nggacar</i> berhak dilakukan karena jumlah warga semakin bertumbuh dan lahan semakin menipis.
Rochman	Nelayan, warga biasa	<i>Nggacar</i> sah dilakukan warga pribumi kampung Sukolilo atas tanah kelahiran dan milik nenek moyang mereka yang tergerus air laut.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Pelaku *nggacar* merupakan individu yang bersinggungan langsung dengan reklamasi. Mereka lahir dan tumbuh di kampung ini, sehingga perilaku dan cara berpikir mereka merupakan bentuk adaptasi terhadap lingkungannya. Kaye (1992: p. 8) menulis, komunikasi dan

perilaku manusia dapat dipengaruhi struktur dari sistem yang mereka temui sehari-hari. Terbentuknya sisi fundamental dalam diri seseorang memang tidak lepas dari keadaan lingkungan sekitar orang tersebut, seperti diungkapkan salah satu subjek penelitian.

“Orangtua saya itu orang lama di sini, sedikit pun nggak punya rumah, gitulho. Ya ngekos. Seharusnya kan orang lama punya tanah di sini, itu lho kebodohan orangtua dulu.” (Rochman, 09/04/2021).

Rochman menyayangkan orangtuanya (penduduk asli) tidak memiliki tempat tinggal yang bisa dihuni satu keluarga. Bukan hanya keluarga Rochman, banyak keluarga lain yang bernasib sama sebelum ide *nggacar* dicetuskan. Rochman merasa dirinya berhak punya tanah atau rumah sebagai warga asli Sukolilo. Kampung ini merupakan tempat spesial baginya, karena terkait dengan sejarah hidup diri dan keluarganya. Hal ini membentuk cara berpikirnya, bahwa warga

asli sudah seharusnya memiliki tempat tinggal di tanah kelahirannya.

Anggapan bahwa pribumi memiliki hak atas potensi alam kampung halamannya merupakan sisi fundamental yang peneliti temukan pada pelaku *nggacar*. Sukolilo bukan hanya kampung, namun pusat kehidupan mereka. Mata pencaharian, tempat tinggal, sanak saudara, semuanya melebur menjadi satu dan menciptakan ikatan kuat. Seluruh aspek inilah yang membentuk perspektif individu terhadap *nggacar*; bahwa hal ini sah dilakukan selama untuk kepentingan warga. Berangkat dari fundamental ini, *nggacar* dilihat sebagai jalan keluar dari masalah yang sudah mendarah daging di kampung mereka.

Tabel 4. Proses Manajemen Komunikasi Interpersonal Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	Memiliki kemampuan artikulasi yang baik; nyaman menggunakan kata “reklamasi.”
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	Menyadari level abstraksi seseorang dalam memahami reklamasi.
Aunun Rofiq	Warga Nelayan Biasa	Memiliki kemampuan berbahasa Indonesia cukup baik, namun lebih nyaman menggunakan kata <i>nggacar</i> untuk mendeskripsikan aktivitas pengurusan di kampungnya.
Rochman	Warga Nelayan Biasa	Lebih suka menyebut reklamasi dengan sebutan <i>nggacar</i> .

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Aspek *The Self* juga tidak lepas dari peran *opinion leader*. Mengutip Xiao, Yu,

& Hou (2020: p. 2), opini individu dan opini kolektif berubah seiring informasi

yang diperoleh dari masyarakat dan lingkungan sekitar mereka. Dalam fenomena ini, informasi pelaku *nggacar* didapat dari *opinion leader* yang berhubungan dengan pihak luar dan pemerintah, sehingga hal-hal yang berhubungan dengan kebijakan diinformasikan melalui mereka. Hal ini menjelaskan mengapa para subjek penelitian, terutama dua orang yang merupakan warga nelayan biasa, memiliki pandangan fundamental yang sama terhadap praktik *nggacar*.

Tingkatan selanjutnya yaitu Interpersonal, seperti tampak di Tabel 4. Tahapan ini menekankan hubungan antar warga yang mempengaruhi konstruksi makna pelaku *nggacar*. Salah satu pendekatan yang dapat memberi penjelasan tentang interpretasi individu dalam komunikasi interpersonal adalah konstruktivisme. Hal ini diartikulasikan oleh Delia, O'Keefe, dan O'Keefe dalam Kaye (1992: p. 13) dengan mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai

konstruksi makna yang bersifat mutual. Hal ini merujuk pada hubungan individu dengan individu lain. Seseorang pasti memiliki persepsinya sendiri terhadap orang lain dan hal ini mempengaruhi cara pandang mereka. Berbicara konstruksi makna, setiap hari warga saling bertemu dan berinteraksi. Aktivitas ini berperan penting membentuk konstruksi makna di dalam benak tiap individu. Interaksi antar warga mempengaruhi cara mereka melihat fenomena *nggacar*. Bahasa yang digunakan di Sukolilo memang tidak seperti bahasa Jawa umumnya, mereka aktif menggunakan campuran bahasa Jawa Ngoko dengan Jawa Gresik. Ketika diminta menjelaskan asal percampuran bahasa ini, subjek penelitian tertawa dan mengaku bahasa tersebut memang keunikan kampungnya. Berhubung bahasa adalah alat utama berkomunikasi, cara mereka memaknai reklamasi juga terpengaruh penggunaan bahasa ini.

Ketika berkomunikasi, manusia menginterpretasikan mengapa manusia lain

berkomunikasi dengan cara tertentu, lalu mengembangkan cara sendiri dalam berkomunikasi dengan orang lain (Kaye, 1992: p. 15). Hal ini terjadi pada pelaku *nggacar*, mereka saling mengamati, memilih bahasa yang nyaman untuk menunjuk reklamasi. Kebanyakan dari mereka memang bukan orang berpendidikan tinggi, namun setidaknya dua dari empat subjek penelitian merupakan *opinion leader*. Hamukah dan Anang Purwanto cukup baik mengartikulasikan interpretasi terhadap *nggacar*, dan lebih memahami istilah reklamasi. Hal ini dikarenakan keduanya sering berhubungan dengan orang di luar kampung untuk urusan organisasi, dan tak jarang berhubungan dengan pemerintah. Sedangkan dua subjek lainnya merupakan warga biasa yang berprofesi sebagai nelayan, Rachman dan Aunun lebih nyaman menyebut reklamasi dengan *nggacar*, walaupun mereka menyadari orang luar tidak memahami bahasa mereka.

Inilah bukti komunikasi antar individu dapat saling mempengaruhi individu tersebut. Bagaimana di dalam proses interaksi tersebut terdapat penciptaan makna yang mengubah cara pandang individu terhadap fenomena (Kuswarno, 2009: p. 120). Memang terdengar sepele, mengganti sebutan reklamasi dengan *nggacar*. Penggunaan kata *nggacar* hanya dipahami warga Sukolilo, terutama pelakunya. Bahasa ini tidak dimengerti orang lain yang tidak pernah berinteraksi konstan dengan warga Sukolilo. Di dalam kata itu tersirat makna tentang apa yang mereka pahami tentang “hak sejarah” warga asli terhadap tanah kelahiran dan nenek moyangnya. Beebe, Beebe, & Redmond (2011: p. 7) menjelaskan, orang lain memberi makna untuk menyambung perkataan yang kita keluarkan dan pemaknaan yang ingin kita ciptakan. Dalam hal ini, kata *nggacar* yang mungkin saja tidak memiliki makna bagi orang lain, dapat menjadi berarti bagi pelakunya. Walaupun istilah ini diambil

dari bahasa sehari-hari, namun makna aktivitas itu memberi perubahan besar bagi mereka.

Tabel 5. Proses Manajemen Komunikasi ‘People-in-System’ Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	Sebagai <i>opinion leader</i> , kerap kali mengidentifikasi adanya <i>shadow side</i> dari <i>nggacar</i> , seperti ketika terjadi konflik dengan Komisi C DPRD Surabaya. Tidak hanya mengidentifikasi, ia juga melakukan mediasi konflik tersebut.
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	Dapat mengidentifikasi <i>shadow side</i> dari <i>nggacar</i> , terutama terkait legalitas lahan dan upayanya mengingatkan warga mengenai posisi lahan reklamasi mereka.
Aunun Rofiq	Warga Nelayan Biasa	<i>Legowo</i> terhadap legalitas lahan <i>gacaran</i> . Keterlibatan dalam banyakan aktivitas di kampung membuatnya sering bertemu <i>opinion leader</i> .
Rochman	Warga Nelayan Biasa	Defensif terkait legalitas lahan <i>gacaran</i> . Tidak aktif berorganisasi membuatnya tidak terpapar pandangan <i>opinion leader</i> .

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tingkatan ketiga adalah *people-in-system* (lihat Tabel 5) dalam manajemen komunikasi, tingkatan ini membahas mengenai norma, nilai, dan budaya yang dipercaya oleh warga Sukolilo Baru secara kolektif. Mengutip Kaye (1992: p. 15), “*communication is the lifeblood of systems*”, yang artinya komunikasi adalah sumber kehidupan dari sebuah sistem. Struktur atau elemen dalam sebuah sistem berdampak pada kualitas dan jumlah komunikasi antar manusia di dalamnya. Kampung Sukolilo Baru merupakan sebuah sistem yang terdiri dari sekelompok manusia yang berkomunikasi dengan satu

sama lain. Pada bagian ini, peneliti akan berfokus pada aspek komunikasi dan perilaku warga Sukolilo dari sudut pandang *people-in-system*.

Mcshane & Glinow dalam Harmaini et al. (2016: p. 26) menjelaskan, kohesivitas kelompok merupakan daya tarik yang memotivasi individu tetap berada di dalam kelompok tersebut. Kohesivitas yang terjadi di Sukolilo Baru didasari oleh *social cohesion*, *perceive cohesion*, *task cohesion*, *perceive cohesion* dan *emotional cohesion*. Di dalam *social cohesion*, kelompok memiliki kecocokan yang membuat mereka bertahan di dalam

kelompok tersebut. Di Sukolilo, kecocokan ini timbul karena rata-rata warganya merupakan penduduk yang sejak lahir menduduki tanah tersebut. Komponen *task cohesion* menilai kohesivitas anggota kelompok berdasarkan pada tujuan kelompok. Sedangkan dalam *perceive cohesion*, kelompok bersatu berdasar rasa kebersamaan serta persepsi yang mengikutkan perasaan anggota kepada kelompok tersebut. Warga Sukolilo Baru lebih memilih menetap di kampung tersebut karena adanya *sense of belonging* yang tumbuh tanpa paksaan. Homogenitas profesi juga mendukung mereka untuk saling bergantung satu sama lain. Peneliti melihat hal ini sebagai aspek penting yang menumbuhkan mutualisme dalam hubungan antar warganya. Lalu komponen *emotional cohesion* menjelaskan kohesi berdasar hubungan emosi positif dalam kelompok. Pada komponen ini, kohesi tercipta karena tiap warga rata-rata tidak memiliki prasangka atau konflik besar yang menyebabkan perpecahan satu sama lain.

Komunikasi dan perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan dan struktur dari sistem mereka (Kaye, 1992: p. 16).

“Aslinya lho, menurut peraturan menteri kan dilarang, aslinya kalau pemerintah mau ya kena. Kalau mau dikatakan ilegal, itu ya betul, kan hubungannya sama surat. Ibarat punya kendaraan, tapi ndak punya BPKB. Kalau legal, Insya Allah kelurahan bisa keluarkan petoknya. Tapi ndak berani kelurahan itu mengeluarkan petoknya.” (Hamukah, 08/04/2021).

Ungkapan di atas merupakan tanggapan Hamukah menjawab pertanyaan peneliti terkait konflik pemilik lahan *gacaran* dengan warga luar hingga melibatkan Komisi C DPRD Surabaya. Ia menambahkan, setidaknya sebagian warga yang melakukan praktik *nggacar* sadar bahwa aktivitas tersebut ilegal dan harus siap ketika pemerintah menggusurnya. Peneliti melihat aspek penggusuran sebagai *shadow side* atau sisi bayangan dalam sistem ini.

Shadow side merupakan peristiwa yang tidak dianggap sebagai budaya yang diterima oleh suatu sistem. Singkatnya, hal

ini merupakan peristiwa yang tidak dapat ditebak, dan seringkali tidak bisa diperdebatkan (Kaye, 1992: p. 16). Sebagai hal yang tidak dapat diprediksi kepastiannya, warga pun sudah memiliki kesepakatan harus siap jika hal buruk terjadi, mengingat lahan tersebut ilegal secara hukum. Lantas, bagaimana jika tiba-tiba mereka harus menyerahkan tempat tinggal dan lahan penjemuran yang sudah mereka impikan selama ini? Di sinilah peran *change agents* atau agen pembawa perubahan diperlukan. Orang-orang seperti Hamukah dan Anang Purwanto adalah

sosok yang dianggap memiliki suara kuat dan mampu memberi penyadaran bagi pelaku *nggacar* yang lain. Dalam perspektif *people-in-system*, agen pembawa perubahan adalah aspek penting karena mereka dibutuhkan untuk menyadari keberadaan *shadow side* yang dapat merusak sistem. Benar saja, walaupun Hamukah menyatakan ada sebagian pelaku yang sadar, keberadaan “kita” atau yang peneliti lihat sebagai *change agents* memiliki peran penting dalam pembentukan makna ini.

Tabel 6. Proses Manajemen Komunikasi ‘Competence’ Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	<i>Surface level:</i> tegas membela hak warga terkait <i>nggacar</i> . <i>Deeper level:</i> mengetahui kondisi warga yang <i>nggacar</i> ; mampu mengadvokasi hingga ke pemerintahan.
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	<i>Surface level:</i> salah satu tetua yang sadar masalah di kampungnya. <i>Deeper level:</i> mampu menjelaskan kebijakan; aktif dalam diskusi dengan pemerintah.
Aunun Rofiq	Warga Biasa Nelayan	<i>Surface level:</i> sering bicara <i>nggacar</i> dari sudut pandang nelayan. <i>Deeper level:</i> aktif berorganisasi; paham masalah <i>nggacar</i> .
Rachman	Warga Biasa Nelayan	<i>Surface level:</i> gigih meng- <i>nggacar</i> tanpa buruh harian. <i>Deeper level:</i> hanya mengerti hal-hal teknis dalam aktivitas <i>nggacar</i> , seperti tahapan dan biayanya.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tahapan terakhir adalah *competence*, yaitu kemampuan individu mengartikulasikan pemaknaannya terhadap *nggacar*. Tahap inilah yang memungkinkan melihat sejauh mana *people-in-system*

berkomunikasi satu sama lain. Aspek yang dititikberatkan adalah kompetensi komunikator sebagai individu yang mampu meraih tujuan utama dalam situasi sosial tertentu, tanpa mengorbankan

keinginannya mencapai tujuan sekunder lainnya. Kompetensi tidak hanya berbicara “*skill*” atau “keterampilan” seseorang. Kaye (1992: p. 20) menulis, kompetensi juga melibatkan kombinasi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai-nilai yang membedakan antara orang yang profesional/ahli dan teknisi. Peneliti berfokus pada pemahaman dan pengendalian diri pelaku *nggacar*; kemampuan mengartikulasikan pemaknaannya melalui interaksi dengan orang lain; dan kompetensi mengubah sistem sosial secara keseluruhan.

Ketika melakukan wawancara dan observasi di Sukolilo Baru, peneliti menyadari keempat subjek penelitian memiliki derajat kompetensi berbeda. Dua diantaranya *opinion leader* di kampung tersebut, dan dua lagi warga biasa yang berprofesi nelayan. Peneliti melihat ada perbedaan peran antara dua kelompok ini, yang kemudian mempengaruhi derajat kompetensi mereka terkait *nggacar*/reklamasi. Memetakan level

kompetensi tiap individu bukanlah hal mudah (lihat Tabel 6). Trenholm dan Jensen dalam Kuswarno (2009: p. 121) membagi kompetensi menjadi dua tingkatan. Pertama, tingkat permukaan (*surface level*); yang terlihat dalam perilaku dan penampilan seseorang sehari-hari. Hal ini disebut dengan *performative competence*. Kedua, tingkat dalam (*deeper level*), yakni semua yang harus diketahui ketika ditunjukkan individu. Hal ini disebut dengan *process competence*.

Ketika berbincang dengan Hamukah dan Anang Purwanto, peneliti mendapat penjelasan yang lebih terfokus mengenai kampung Sukolilo dan aktivitas *nggacar*. Hamukah merupakan penduduk lama Sukolilo Baru. Posisinya sebagai tetua kampung membuatnya lebih akrab dengan sejarah kampung ini. Penampilannya sederhana dan tidak menyolok. Namun posisinya sebagai Wakil DPD Himpunan Nelayan Seluruh Indonesia (HNSI) Cabang Surabaya membuatnya piawai menjelaskan masalah. Ia juga aktif berorganisasi di

kampung yang membuatnya lebih sadar persoalan kampung dan program yang berjalan. Hal ini merupakan bagian dari tingkat permukaan (*surface level*), di mana ia dapat menunjukkan *performative competence* yang dimiliki sebagai *opinion leader* yang melakukan reklamasi. Hamukah terlibat dalam pengambilan kebijakan terkait program yang berjalan di kampungnya.

“Memang itu resiko, semua warga kalau ingat perjanjian awal, bahwa nggacar itu sifatnya sementara. Sama dengan kita, ketika ndak mampu terus ambil kendaraan, terus kita ndak bisa bayar, ya diambil nggak ap-apa. Itu perjanjian awal. Jadi harus siap, kayak gitu itu termasuk resiko. Kami di Pemkot kemarin yang waktu mbahas itu saya sampaikan. Warga istilahnya siap, siap punya dan siap tidak punya. Kalau pemerintah membutuhkan ya ndak apa-apa.” (Hamukah, 08/04/21)

Pernyataan tersebut merupakan bentuk dari tingkat dalam (*deeper level*), tingkatan ini menunjukkan kemampuan Hamukah memahami *shadow side* dalam *People-in-System*. Hamukah memiliki

kemampuan baik dalam menjelaskan kebijakan, tak jarang menggunakan perumpamaan untuk memastikan peneliti paham konteks yang ia bicarakan. Ia juga kerap bercerita diskusinya dengan DPRD atau Pemkot Surabaya. Hal ini menunjukkan ia paham bahwa ada hubungan yang harus dijalin agar warga dapat menyampaikan aspirasi ke pemerintah. Kesadaran ini merupakan dorongan dari dalam dirinya, dari sisi *The Self* yang membuatnya aktif menyuarakan aspirasi warga. Ketika diminta memberi pandangan soal penggusuran, jawaban Hamukah juga didasari berkaca pada kebijakan yang sudah disepakati.

Subjek penelitian kedua, Anang Purwanto, juga *opinion leader* di Kampung Sukolilo, terutama karena posisinya sebagai Ketua RW. Ia telah menjabat dua periode, yang bisa diartikan bahwa dia dipercaya dan disegani di wilayahnya.

“Prinsip saya, selagi untuk masyarakat, warga, kepentingan nelayan, tak tok! Artinya saya setuju, nggak peduli reklamasi apapun. Nek pemerintah ngamuk, tolong bongkar

Pantai Ria Kenjeran dan Perumahan Laguna. Kami masyarakat asli, kalau kami dilarang, tolong sekarang dilarang juga Laguna, KenPark. Kenapa kita dilarang? Padahal untuk tempat tinggal masyarakat kita sendiri. Saya bilang gitu waktu di DPRD Komisi C itu.” (Anang Purwanto, 07/04/21).

Peneliti melihat Anang sebagai sosok yang berani memperjuangkan warganya. Walaupun bersinggungan dengan pemerintah, ia berpegang pada prinsip yang sama. Pada *surface level*, ia menunjukkan kompetensinya melalui mandat yang ia jalankan, yakni sebagai Ketua RW. Ia juga sosok yang sigap begitu menemukan *shadow side* pada tahapan *People-in-System*, karakternya yang tegas membuat Anang enggan bungkam ketika warganya dicegah melakukan reklamasi. Dari sisi *The Self*, ia sangat percaya *nggacar* adalah hak warga yang sah karena adanya faktor emosi positif pada kohesivitas kelompok yang telah dibahas sebelumnya. Sisi emosional muncul ketika ia melihat warganya yang tidak memiliki rumah dan lahan penjemuran dan

menggerakkannya untuk memperjuangkan reklamasi. Hal ini merupakan *performative competence* dan *deeper level* yang dimiliki Anang.

“Memang laut itu milik pemerintah. Tapi di tanah pajaknya saya bayar, tiap tahun. Apa bisa ini digusur, dipindah? Kami ini kan nelayan, ditempatkan ya di tempat nelayan. Kalau ditempatkan di tani (pertanian), apa perisainya kalau di tani?” (Rochman, 09/04/21)

Sedangkan Rochman berharap mendapat ganti rugi jika digusur. Ia mengaku sangat terbantu oleh praktik *nggacar*. Kompetensinya dalam mengartikulasikan makna reklamasi memang tidak seperti dua *opinion leader* di atas, namun ia menunjukkan kebanggaan tiap menceritakan perjuangannya memiliki tanah *gacaran*. Rochman juga mengajak peneliti berkeliling di lahan miliknya dan menjelaskan apa yang sudah ia lakukan di sana. Pada *surface level*, ia tidak terlihat sebagai orang yang mengerti agenda kampungnya. Ia bersikap defensif atas topik penggusuran, namun tidak memiliki

pengalaman langsung berhadapan dengan pemerintah. Rochman hanya mengerti hal teknis dalam aktivitas *nggacar*, seperti tahapan dan biaya yang harus dikeluarkan. Sebagai warga biasa yang jarang terlibat dalam aktivitas sosial di kampungnya, ia terlihat lebih berfokus pada permasalahannya dan keluarganya sendiri. Inilah yang membedakan *deeper level* Rochman dengan dua subjek penelitian sebelumnya.

“Nggak setuju kalau ndak boleh *nggacar*, karena itu sangat dibutuhkan buat penjemuran ikan atau jaring. Waktu itu ada yang njemur di jalan raya, wah jadi rame mbak. Sekarang nggak diperbolehkan, suruh njemur di pinggir laut.” (Aunun Rofiq, 07/04/21)

Aunun Rofiq, yang juga warga biasa seperti Rochman, juga memiliki pandangan positif terhadap reklamasi. Dia lebih berkompeten berbicara dari sisi nelayan. Saat diwawancara, ia sering memberi argumen mengenai kehidupan nelayan di pesisir dan bagaimana *nggacar* sangat membantu dalam hal penjemuran. Jika dilihat dari *surface level*, ia bukan

orang yang aktif berorganisasi, walaupun Aunun mengaku masih sering mengikuti kegiatan Paguyuban Udang Rebon. Peneliti melihat sosoknya sebagai nelayan yang cekatan, terlihat dari beberapa hadiah yang ia menangkan dalam perlombaan perahu layar. Sebagai pelaku *nggacar* ia tidak aktif melakukan advokasi bagi warga lain. Seperti warga lainnya, ia mempercayakan semuanya pada *opinion leader*. Pada tingkat lebih dalam (*deeper level*), ia cukup memahami hal yang berkaitan dengan reklamasi, seperti konflik dengan Komisi C DPRD Surabaya.

Agar dapat mengikat keempat tahapan tersebut, peneliti mengaitkannya dengan konsep pengalaman komunikasi yang merupakan dasar dari pemaknaan individu. Dalam Permana & Suzan (2018: p. 15), Moustakas menyatakan, objek yang terkait dengan pengetahuan harus berdasar pengalaman. Setiap individu memiliki interpretasinya sendiri terhadap pengalaman yang ia temui. Hal ini kemudian memengaruhi pemaknaan

individu terhadap pengalaman tersebut. Ketika peristiwa yang dialami merupakan hal yang penting bagi pelaku *nggacar*, maka ia akan terus mengingat hal tersebut. Hal penting ini juga akan memberikan dampak dalam hidupnya.

Keempat lapisan dalam hidup pelaku *nggacar* merupakan bentuk pengalaman yang memengaruhi tindakan dan pemaknaannya terhadap praktik ini. Schutz dalam Permana & Suzan (2018: p. 15) menegaskan, tindakan atau perilaku merupakan bentuk pengalaman yang menimbulkan pemaknaan melalui aktivitas spontan. Jika diambil kesimpulan, empat lapisan ini merupakan serangkaian pengalaman yang membentuk pemaknaan dan cara pandang individu dalam praktik *nggacar*. Hal ini cukup menjelaskan mengapa *nggacar* dianggap sebagai aktivitas yang sah untuk dilakukan. Pengalaman komunikasi di masa lalu bisa memengaruhi pendapat individu ketika menentukan tujuan atau mengambil keputusan (Nurtyasrini & Hafiar, 2016: p.

3). Dari sini peneliti melihat keputusan para pelaku reklamasi, walaupun sama, ternyata merupakan hasil dari peristiwa yang mereka alami di masa lalu.

“Idenya dari orangtua kami, nenek moyang dulu, karena kondisi tanah semakin sempit. Yang ada dimiliki pengembang. Jadi untuk menjemur kan ndak ada tempat, sebagian dibuat tempat tinggal.” (Anang Purwanto, 07/02/21)

Ketika ada yang mengawali aktivitas ini pada tahun 1990-an, maka generasi selanjutnya tinggal mengikuti apa yang sudah diwariskan bagi mereka. Hal ini berpengaruh pada keempat tahapan manajemen komunikasi, yakni *The Self*, *Interpesonal*, *People-in-System*, dan *Competent*. Pada intinya, manajemen komunikasi adalah sisi fundamental yang membentuk pengalaman pelaku reklamasi terhadap aktivitas ini. Ketika aktivitas ini disepakati dan dilakukan secara kolektif, maka keberanian akan timbul sebagai bentuk *defense mechanism* terhadap situasi yang mereka hadapi. Kembali lagi, manusia memang tidak bisa berpisah dari kelompok.

Posisinya sebagai makhluk sosial membuat manusia memiliki kecenderungan hidup berkelompok (Harmaini et al., 2016: p. 90).

SIMPULAN

Munculnya fenomena praktik reklamasi ilegal (*nggacar*) di Sukolilo Baru (kawasan pesisir Surabaya) dan berlangsung sampai 30 tahun berhubungan dengan manajemen komunikasi yang dijalankan pelakunya. Secara fenomenologis, pelaku memiliki konstruksi makna tersendiri terhadap pengalaman *nggacar*-nya yang berbeda dengan pemaknaan pihak lain. Pelaku memaknai praktik *nggacar* sebagai hak sejarah warga asli terhadap potensi ekonomi tanah kelahirannya dan menganggap pantai yang direklamasi (tanah *gacaran*) merupakan warisan nenek moyang yang tergerus air laut. Pelaku juga memaknai *nggacar* sebagai praktik yang sah, dan menjadikannya sebagai instrumen protes terhadap reklamasi yang juga dilakukan pengembang perumahan besar di kawasan

tersebut yang mendapat izin Pemerintah Kota Surabaya.

Kampung Sukolilo Baru merupakan kampung padat di pesisir di Surabaya, dan 80% warganya adalah nelayan. Kepadatan penduduk ini merupakan cerminan *sense of belonging* yang sangat tinggi terhadap kampung halaman, sehingga warga tidak mau berpindah meskipun sudah beranak-pinak. Hal inilah yang membuat manajemen komunikasi di antara para pelaku *nggacar* (untuk yang digunakan untuk kepentingan menjemur tangkapan laut dan pemukiman) menjadi kompleks. Masing-masing lapisan manajemen komunikasi ikut membentuk makna yang dikembangkan para pelaku terhadap praktik atau pengalaman *nggacar*-nya.

Lapisan *The Self* pelaku reklamasi mencerminkan bahwa Kampung Sukolilo Baru menjadi pusat kehidupan mereka, sehingga penduduk asli merasa memiliki hak atas kekayaan alam serta peluang yang ditawarkan kampungnya. Sedangkan lapisan *Interpersonal* menandakan peranan

penting penggunaan bahasa dalam membentuk pemaknaan terkait reklamasi, seperti penggunaan kata *nggacar* untuk menggantikan kata reklamasi. Lapisan *People-in-System* menggambarkan bahwa peran *opinion leader* sebagai *change agent* yang sadar akan ancaman (*shadow side*) terkait reklamasi. Terakhir, lapisan *Competence* mencerminkan adanya perbedaan dalam *surface level* dan *deeper level* diantara pelaku reklamasi (antara pelaku yang berstatus *opinion leader* dan warga biasa).

RUJUKAN

- Aminah, Siti. 2015. "Konflik Dan Kontestasi Penataan Ruang Kota Surabaya." *Masyarakat: Jurnal Sosiologi* 20(1):59–79.
- Beebe, Steven A., Susan B. Beebe, and Mark V. Redmond. 2011. *Interpersonal Communication: Relating to Others, Sixth Edition*. Boston, USA: Allyn & Bacon.
- Conklin, Thomas A. 2014. "Phenomenology Redux: Doing Phenomenology, Becoming Phenomenological." *Organisation Management Journal* 11(2):116–28.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, 2nd*. London, UK: Sage.
- Fatimatuz Zahroh. 2017. "Reklamasi Pantai Ria Kenjeran Tembus 100 Hektar, Warga Iri Dan Beginilah Pelampiasannya." *Tribunjatim.Com*. Retrieved December 1, 2021 (<https://jatim.tribunnews.com/2017/07/11/reklamasi-pantai-ria-kenjeran-tembus-100-hektar-warga-iri-dan-beginilah-pelampiasannya?page=3>).
- Goldberg, Alvin A., and Carl E. Larson. 2006. *Komunikasi Kelompok: Proses-Proses Diskusi Dan Penerapannya*. Jakarta, Indonesia: UI Press.
- Hakim, Abdul. 2019a. "DPRD Soroti Dugaan Reklamasi Ilegal Di Pantai Kenjeran Surabaya." *Antarnews.Com*. Retrieved December 1, 2021 (<https://www.antarnews.com/berita/1137952/dprd-soroti-dugaan-reklamasi-ilegal-di-pantai-kenjeran-surabaya>).
- Hakim, Abdul. 2019b. "Puluhan Warga Kenjeran Surabaya Bantah Jual Beli Lahan Reklamasi." *Antarnews.Com*. Retrieved November 27, 2021 (<https://www.antarnews.com/berita/1189844/puluhan-warga-kenjeran-surabaya-bantah-jual-beli-lahan-reklamasi>).
- Harmaini, Dede Fitriana Anasstasia, Ivan Muhammad Agung, and Ricca Angreini Munthe. 2017. *Psikologi Kelompok: Integrasi Psikologi Dan Islam*. Jakarta, Indonesia: Rajawali Pers.
- Hasyim, Cawalinya Livsanthi, and Elizabeth Cory Ohoiwutun. 2017. "Peran Komunikasi Dalam Pemberdayaan Nelayan Tradisional Pada Masyarakat Pesisir (PMP) Di Kabupaten Maluku Tenggara." *Jurnal Pikom: Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan* 18(1):31–42.
- Kalalo, Flora Pricilia. 2016. *Hukum Lingkungan Dan Kebijakan Pertanahan Di Wilayah Pesisir*. Jakarta, Indonesia: Rajawali Pers.
- Kalalo, Flora Pricilla. 2009. "Kebijakan Reklamasi Pantai Dan Laut: Implikasi Terhadap Hak Masyarakat Pesisir Dan Upaya Perlindungannya." *Jurnal Hukum Dan Pembangunan* 39(01):102–18.
- Kaye, Michael. 1992. "Adult Communication Management in Adult Vocational Education: A Contemporary Australian Perspective." in *International Communication Association 42nd Annual Conference*. Miami.
- KBID, Redaksi. 2019. "Dua Pengembang Lakukan Reklamasi Kenjeran, Dewan Minta Dihentikan." *Kampungberita.Id*. Retrieved December 1, 2021 (<https://kampungberita.id/dua-pengembang-lakukan-reklamasi-kenjeran-dewan-minta-dihentikan/>).
- Kusnadi. 2009. *Keberdayaan Nelayan & Dinamika Ekonomi Pesisir*. Yogyakarta, Indonesia: Ar-Ruzz Media.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian*

- Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman Dan Contoh Penelitian*. Bandung, Indonesia: Widya Padjadjaran.
- Lune, H. & Berg, B. L. 2017. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences (9th Edition)*. London, UK: Pearson.
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Catur, and I. Putu Handara Widya. 2019. "The Movement of Bali Reject Reclamation." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 12(1):21–29.
- Nurtyasrini, Sarah, and Hanny Hafiar. 2016. "Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri Dan Lingkungan Di TPA Bantar Gebang." *Jurnal Kajian Komunikasi* 04(02):219–28.
- Permana, Rangga S., and Nessa Suzan. 2018. "Pengalaman Komunikasi Dan Konstruksi Makna 'Otaku' Bagi Penggemar Budaya Jepang (Otaku)." *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* 08(01):13–27.
- Puspasari, Reny, Sri Tumi Hartati, and Regi Fiji Anggawangsa. 2017. "Analisis Dampak Reklamasi Terhadap Lingkungan Dan Perikanan Di Teluk Jakarta." *Jurnal Kebijakan Perikanan Indonesia* 09(02):85–94.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.
- Rasi, Fathor. 2019. "Langgar Perda, Begini Reklamasi Pantai Kenjeran Bermula." *Jatimpos.Id*. Retrieved December 1, 2021 (<https://www.jatimpos.id/kabar/langgar-perda-begini-reklamasi-pantai-kenjeran-bermula-b1Xqf9czm>).
- Satria, Arif. 2015. *Pengantar Sosiologi Masyarakat Pesisir*. Jakarta, Indonesia: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Seidman, Irving. 2006. *Review of Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences*. Vol. 37. New York, NY: Columbia University.
- Soekarno, Rahardi J. 2019. "DPRD Surabaya Ingatkan Warga Jangan Beli Lahan Reklamasi Di Kenjeran." *Beritajatim.Com*. Retrieved November 27, 2021 (<https://beritajatim.com/politik-pemerintahan/dprd-surabaya-ingatkan-warga-jangan-beli-lahan-reklamasi-di-kenjeran/>).
- Tabrani, Sjafrizal. 2020. "Manajemen Komunikasi Pekerja Asing Di Indonesia Dalam Perspektif Matouschkanian Michael Kaye, Intelektiva, 01, 06, 43-54." *Intelektiva* 01(06):43–54.
- Utamidewi, Wahyu, Deddy Mulyana, and Edwin Rizal. 2017. "Pengalaman Komunikasi Keluarga Pada Mantan Buruh Migran Perempuan." *Jurnal Kajian Komunikasi* 05(01):69–80.
- West, Richard, and Lynn H. Turner. 2014. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Wood, Julia T. 2018. *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*. Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Xiao, Renbin, Tongyang Yu, and Jundong Hou. 2020. "Modeling and Simulation of Opinion Natural Reversal Dynamics with Opinion Leader Based on HK Bounded Confidence Model." *Hindrawi Complexity* 1–20. doi: <https://doi.org/10.1155/2020/7360302>.
- Yadani, Febi. 2017. "Pengalaman Komunikasi Dan Konsep Diri Pengungsi Asal Afghanistan Di Kecamatan Rumbai." *JOM Fisip* 04(02):1–14.
- Yulianti, Rina, Mufarrijul Ikhwan, and Nurul Zaman. 2015. "Urgensi Pengaturan Reklamasi Pantai Di Wilayah Pesisir Selatan Madura." *Yustisia* 04(01):103–21.

**4. Bukti konfirmasi review
dan hasil review kedua
(28 Juni 2022)**

WhatsApp

https://ojs.uap.ac.id/index.php/.../authorDashboard/index.php/1278

Import berkas 11:29 Hari ini...

Jurnal ELMU KOMUNIKASI

— Back to Submissions

Saran Revisi Naskah Pascareview

Participants

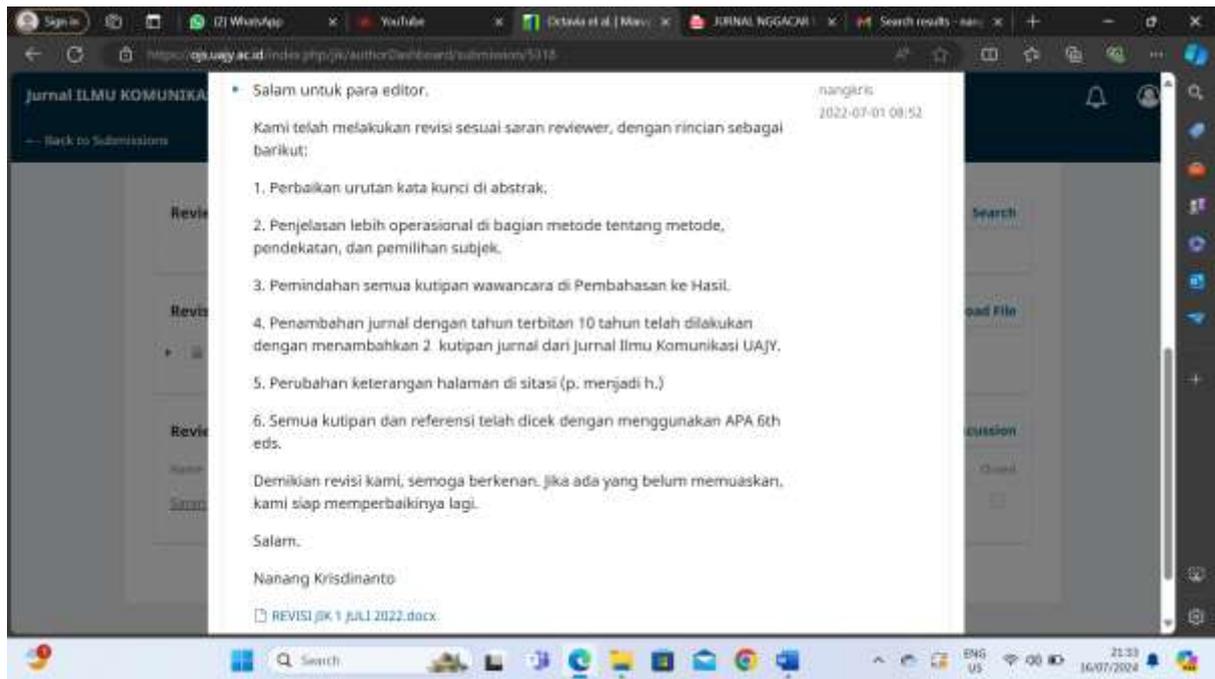
- Birgita Bestari Puspita Jati (bita)
- Lukas Devi Setawan (seta)
- Diahma Putri Pratama (brahmapp)
- Nanang Khotimanto Nanang Khotimanto (nangki)

Messages

From	To
Dear Mas Nanang,	brahmapp, 2022-09-28 14:21
Berikut terlampir saran revisi dari reviewer dan editor. Untuk catatan detailnya, ada di dalam file terlampir.	
Terima kasih	
jkl-review-assignment-5318-Article-Text-16616-rev_edit.docx	
Terima kasih atas respennya,	nangki, 2022-09-28 13:01
Kami akan melakukan revisi sesuai masukan dari reviewer segera.	
Salam sehat,	
Salam untuk para editor.	nangki, 2022-07-01 08:52
Kami telah melakukan revisi sesuai saran reviewer, dengan diulas sebagai	

1409 21/09/2024

**5. Bukti konfirmasi submit revisi kedua,
respon kepada reviewer,
dan artikel yang diresubmit
(1 Juli 2022)**



Respon terhadap reviewer

No.	Bagian	Catatan Reviewer	Perbaikan Penulis
1.	Judul	Judul disesuaikan maksimal 12 kata	Sudah dilakukan. Sebelumnya judul terdiri dari 14 kata, sudah disesuaikan menjadi maksimal 12 kata
2.	Abstrak	Disesuaikan maksimal 200 kata Urutkan kata kunci berdasar alphabet Abstrak dicetak miring	Sudah dilakukan. Sudah dilakukan. Sudah dilakukan.
3.	Pendahuluan	Alternatif format kutipan di body artikel: 1. (Namabelakangpenulis, tahun, h. 00) 2. Namabelakangpenulis (tahun, h. 00) Mohon sesuaikan untuk semua kutipan	Sudah dilakukan Sudah dilakukan

4.	Metode	<p>Mengapa metode yang digunakan deskriptif kualitatif?</p> <p>Jelaskan secara operasional bagaimana metode fenomenologi dijalankan.</p> <p>Ini kan kriteria teori, kalau kriteria operasional yg diterapkan peneliti untuk memilih subjek apa? Mungkin yg lebih khusus bisa dijelaskan di sini.</p>	<p>Sudah ditambahkan penjelasan tentang ini di bagian metode. Penelitian ini ingin menguraikan secara rinci dan mendalam fenomena nggacar dari sudut pandang pelakunya.</p> <p>Sudah ditambahkan tata cara pencarian data melalui wawancara mendalam.</p> <p>Sudah ditambahkan. Kriteria pemilihan informan adalah pelaku praktik nggacar yang menjadi fokus penelitian.</p>
5.	Hasil dan Diskusi	<p>Untuk kata tidak baku, dibuat cetak miring.</p> <p>Format penulisan: (nama informan, posisi/jabatan informan, wawancara, tanggal-bulan-tahun wawancara)</p> <p>Sesuaikan untuk semua kutipan langsung</p> <p>Di pembahasan tidak perlu lagi ada kutipan wawancara. Itu letaknya di hasil saja, di pembahasan fokuskan saja pada bgmn pengalaman para informan jika dikaitkan dengan teori jd lebih general.</p>	<p>Sudah diperbaiki.</p> <p>Sudah diperbaiki.</p> <p>Sudah dilakukan.</p> <p>Sudah diperbaiki.</p>
7.	Daftar Pustaka	<p>Sesuaikan nama subjudul dengan selingkung JIK</p> <p>Sesuaikan cara penulisan sumber kutipan dengan author guideline (APA 6th Ed.) (kapital, cetak miring, tanda baca, dll).</p> <p>Tahun terbitan sumber belum memenuhi 80% terbitan 10 tahun terakhir.</p>	<p>Sudah dilakukan</p> <p>Sudah dilakukan.</p> <p>Sudah dilakukan dengan menambahkan 3 jurnal dengan masa terbitan 10 tahun terakhir.</p>

		Tambahkan minimal 1 kutipan dari artikel yang dipublikasikan oleh Jurnal ILMU KOMUNIKASI (UAJY)	Sudah dilakukan dengan menambahkan 1 artikel dari Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY.
8.	Lain-lain	Perbaiki typo error Sesuaikan gaya selingkung Pisahkan temuan dan pembahasan	Sudah dilakukan. Sudah dilakukan. Sudah dilakukan.

Bukti naskah yang diresubmit

Manajemen Komunikasi Pelaku Reklamasi Ilegal: Studi Fenomenologi Praktik ‘Nggacar’ di Pesisir Surabaya

Abstract: *This study focuses on the communication management of perpetrators of illegal reclamation practices on the coast of Surabaya. In the local language, this practice is called gacaran. This study aims to understand the communication management of actors that allowed this practice to be carried out as a normal thing. The study used a qualitative approach with phenomenological methods. The findings show that reclamation actors interpret it as a legitimate practice, the historical right of indigenous people to enjoy the economic potential of their ancestral lands, and an instrument of protesting against reclamation by large housing developers.*

Keywords: *communication management, nggacar, reclamation, phenomenology.*

Abstrak: Kajian ini berfokus pada manajemen komunikasi pelaku praktik reklamasi ilegal di pesisir Surabaya. Dalam bahasa lokal, praktik ini disebut *nggacar* dan lahan reklamasinya disebut tanah *gacaran*. Penelitian ini bertujuan memahami manajemen komunikasi pelaku yang memungkinkan praktik ini dilakukan sampai sekarang sebagai hal normal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Temuan menunjukkan, pelaku reklamasi memaknainya sebagai praktik sah, hak sejarah warga asli untuk menikmati potensi ekonomi tanah leluhur, dan menjadikannya sebagai instrumen protes terhadap reklamasi yang dilakukan pengembang perumahan besar.

Kata Kunci: fenomenologi, komunikasi, reklamasi, manajemen, nggacar.

Riset ini bertitik-tolak dari dua hal. Pertama, mengutip Kalalo (2016: h. 52), sampai sekarang secara ekonomi nelayan masih bergulat dengan kemiskinan, meskipun laut memiliki potensi melimpah. Kedua, merujuk kajian Aminah (2015: h. 69) tentang problematika kekuasaan dalam penataan ruang Kota Surabaya yang menghasilkan temuan bahwa Pemkot Surabaya mengabaikan perlindungan hutan mangrove dan pantai. Di kawasan tersebut, sebagian ruang diubah menjadi ruang komersial yang merupakan cerminan kekuatan pemilik modal. Meskipun

mendapatkan perlawanan dari masyarakat (nelayan dan masyarakat yang sebagian besar menggantungkan hidupnya pada potensi pantai itu), tetapi Pemkot Surabaya condong berpihak kepada pemilik modal. Izin reklamasi pantai (termasuk di kawasan Pantai Kenjeran) mencerminkan asumsi bahwa pesisir merupakan wilayah tidak bermanfaat dan karena itu perlu dibangun.

Pada saat bersamaan, muncul fenomena menarik di masyarakat pesisir Pantai Kenjeran, termasuk di Sukolilo Baru, Kec. Bulak yang menjadi lokasi penelitian. Kawasan ini merupakan

kampung nelayan karena letaknya berdampingan dengan pantai, dan warganya kebanyakan menjadi nelayan. Dalam kurun waktu 30 tahun, muncul persoalan terkait tersedianya lahan yang bisa digunakan menjemur hasil laut dan kesulitan pemukiman. Hal tersebut kemudian membuat warga melakukan pengurukan (reklamasi) untuk menciptakan ruang tambahan.

Sejumlah pihak termasuk DPRD Surabaya melihat tindakan ini sebagai reklamasi liar, karena melanggar Perda Provinsi Jatim Nomor 1 Tahun 2018 tentang Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau kecil Provinsi Jawa Timur Tahun 2018-2038 (Rasi, 2019). Warga melakukan pengurukan di pesisir pantai untuk membuat daratan baru dengan menggunakan pasir dan batu. Awalnya, daratan baru itu digunakan untuk menjemur hasil laut, tetapi sejumlah warga memakainya untuk membangun pemukiman. (KBID, 2019). Yang kemudian juga menjadi masalah adalah

munculnya praktik jual-beli lahan reklamasi liar tersebut yang banyak menimbulkan sengketa hukum (Hakim, 2019).

Mengutip Kusnadi (2009: h. 39), masyarakat nelayan memiliki sejumlah karakteristik, yaitu mempunyai etos kerja tinggi, hubungan sosial amat kuat, memiliki kemampuan adaptasi dan solidaritas sosial, serta kompetitif. Dengan merujuk karakteristik itu, praktik reklamasi dan jual-beli lahan reklamasi tersebut bisa dilihat sebagai bentuk adaptasi mereka terhadap masalah ekonomi yang terkait kesulitan lahan penjemuran ikan dan tempat tinggal. Sebelumnya, karena keterbatasan lahan warga harus menjemur ikan hasil tangkapan di sekitar rumah atau di pinggir jalan. Sedangkan terkait tempat tinggal, banyak rumah di Sukolilo Baru dihuni lebih dari satu keluarga. Karena harga tanah atau rumah semakin sulit dijangkau, warga mengambil cara pintas. Warga yang halaman belakang rumahnya berbatasan

dengan pantai melakukan pengurukan untuk menambah daratan.

Dengan demikian, terdapat dua kelompok pelaku reklamasi dengan kebutuhan berbeda. Kelompok pertama merupakan nelayan yang memerlukan penambahan lahan untuk menjemur hasil laut. Yang kedua adalah warga membutuhkan lahan untuk hunian. Mengutip Harmaini et al. (2017: h. 47), ada identitas sosial yang selalu melekat kepada individu anggota kelompok, dan bersumber dari keanggotaan, nilai, atau signifikansi. Identitas ini bersumber dari nilai atau signifikansi keanggotaan individu tersebut di dalam kelompok sosial. Kedua kelompok pelaku reklamasi tersebut merupakan kelompok yang punya ikatan emosional berdasarkan kesamaan tempat tinggal dan masalah yang dihadapi.

Dalam konteks ini, kajian berfokus pada pengalaman komunikasi pelaku reklamasi terkait aktivitas reklamasi yang dianggap ilegal tersebut. Mulyana (2009: h. 108) menyatakan, “Kita tidak dapat tidak

berkomunikasi (*we cannot not communicate*)”. Pada hakikatnya, manusia tak dapat berhenti berkomunikasi. Setiap tindakan seseorang selalu punya potensi ditafsir orang lain (Pandjaitan, 2015: h. 237). Kemampuan seseorang berkomunikasi dipengaruhi oleh *field experience* (bidang pengalaman) yang dimiliki. Ada yang disebut sebagai perspektif ganda ketika seseorang berkomunikasi, yaitu ketika seseorang tersebut berupaya memahami pikiran atau sudut pandang orang yang diajaknya berkomunikasi. Itu sebabnya, dalam berkomunikasi seseorang harus memahami tindakan atau pikiran orang yang diajaknya berkomunikasi (Wood, 2018: h. 36). Seseorang akan membawa pengalaman unik masing-masing tatkala berkomunikasi, dan hal itu ikut memengaruhi proses komunikasi yang mereka lakukan (West and Turner, 2014: h. 13). Dari sini akan muncul pemahaman dengan berdasar pengalaman bersama, yaitu individu sebagai bagian dari kelompok (Kuswarno,

2009: h. 18). Tetapi tetap saja individu di dalam kelompok akan memiliki pemahaman dan pemaknaan masing-masing dalam menjelaskan pengalaman mereka.

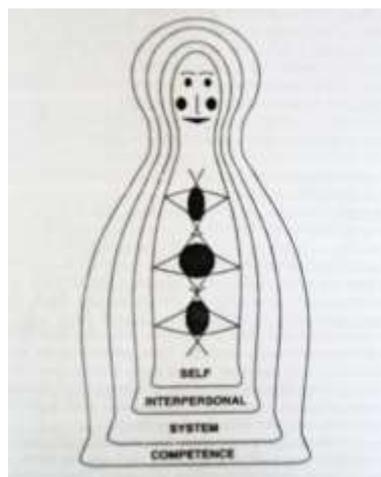
Dalam kajian ini, peneliti berfokus pada manajemen komunikasi (sebagai bagian dari pengalaman komunikasi) para pelaku reklamasi yang dianggap liar atau ilegal di Sukolilo Baru (Pantai Kenjeran) Surabaya. Manajemen komunikasi, menurut Kuswarno (2009: h. 118), terkait dengan proses interaksi sosial yang memengaruhi pemaknaan atau interpretasi seseorang dalam menerima pesan. Ketika seseorang menginterpretasi pesan, maka akan terbentuk makna yang menjadi pola dasar dari tindakan orang tersebut. Dalam konteks kelompok, manajemen komunikasi bisa dilihat dari cara kelompok mengelola komunikasi dalam tatanan individual anggota kelompok. Selain itu, hubungan dengan individu lain di luar kelompok juga bisa dijelaskan lewat manajemen komunikasi.

Dalam konteks manajemen kelompok inilah menarik untuk diketahui bagaimana kompetensi komunikasi para pelaku reklamasi ini dalam mempertahankan praktik ini selama puluhan tahun (sejak 1990-an). Respon para pelaku ketika dianggap melakukan praktik ilegal menunjukkan bagaimana mereka menjalankan manajemen komunikasi sebagai bentuk pertahanan diri. Saat diwawancarai wartawan, pelaku reklamasi menolak praktik tersebut disebut reklamasi, melainkan revitalisasi. Alasannya, lokasi yang direklamasi merupakan milik nenek moyangnya yang tergerus air laut. Apalagi pihak RT, RW dan kelurahan diklaim menyetujui reklamasi yang dilakukan atas inisiatif warga ini, dan pelaku menerima SPPT (Surat Pemberitahuan Pajak Terutang) yang harus dibayar tiap tahun (Rasi, 2019). Warga pelaku reklamasi juga melakukan protes ketika ditertibkan, dan mempertanyakan reklamasi juga yang dilakukan para

pengembang di wilayah tersebut (Zahroh, 2017).

Mereka ini terlihat mengambil sikap defensif terhadap praktik reklamasi yang mereka lakukan dan menyebutnya sebagai hak warga. Muncullah konsep ke-“kita”-an yang mengekspresikan identitas sosial kelompok tersebut. Seperti dijelaskan Goldberg & Larson (2006: h. 24-25), pengambilan mengambil keputusan terkait topik tertentu di dalam suatu kelompok pasti melibatkan manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi kelompok warga pelaku reklamasi tersebut terjadi ketika anggotanya saling berinteraksi dan

memunculkan makna subjektif terkait pengalaman reklamasi tersebut. Untuk mengurai pengalaman dalam manajemen komunikasi para pelaku praktik reklamasi ini peneliti menggunakan model manajemen komunikasi yang dikembangkan Kaye (1992) yang diilustrasikan dalam bentuk “Boneka Matouschka Rusia” (*Russian Matouschka Doll*). Model ini sering digunakan para peneliti untuk menjelaskan manajemen komunikasi yang dilakukan berbagai kelompok atau individu dalam kelompok. Kaye menggambarkan model ini yang dapat diamati pada Gambar 1:



Gambar 1: Model Manajemen Komunikasi Michael Kaye
Sumber: Kaye (1992)

Boneka ini diilustrasikan terdiri dari empat ukuran. Boneka paling besar merupakan pelapis bagi boneka-boneka yang lebih kecil di dalamnya. Boneka terkecil menggambarkan “Diri” atau *The Self*, yang menunjukkan bahwa pemahaman akan diri seseorang merupakan langkah awal dalam meraih keberhasilan pengelolaan diri orang yang bersangkutan. Boneka ini merupakan bagian intrapersonal dari model manajemen komunikasi. Boneka yang lebih besar (melapisi *The Self*) menunjukkan dimensi interpersonal yang berfokus pada hubungan diri (*The Self*) dengan orang lain. Boneka ini mengilustrasikan bagaimana komunikasi antar manusia bisa saling memengaruhi dan menghasilkan perubahan sebagai hasil dari interaksi tersebut. Boneka selanjutnya (yang melapisi Interpersonal) menggambarkan masyarakat dalam sistem (*People in System*); yang berbicara mengenai budaya, aturan, norma, nilai, hingga aktivitas yang ada dalam sistem manusia tersebut. Boneka terbesar yang

melapisi tiga boneka di bawahnya disebut Boneka Kompeten (*Competence Doll*), yang menunjukkan bahwa “kompeten” dalam manajemen komunikasi artinya individu dapat mengembangkan kendali akan dirinya dan dapat mengubah sistem sosial. Keempat lapisan Boneka Matouschka tersebut berbicara mengenai kompetensi seseorang dalam menampilkan komunikasi terbaik yang dapat dilakukan pada lingkungannya. Dalam konteks komunikasi kelompok, kompetensi ini erat kaitannya dengan kemampuan anggota untuk memahami ideologi kelompok.

Hal tersebut menjadi tujuan penelitian ini, yaitu menguraikan bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan pelaku reklamasi di pesisir Pantai Kenjeran melalui pengalaman masing-masing. Melalui model Boneka Matouschka Rusia ini, masing-masing dimensi manajemen komunikasi dalam pengalaman mereka akan diurai, yang kemudian bisa digunakan untuk menjelaskan pemaknaan mereka terhadap

praktik yang dianggap ilegal tersebut. Sebelumnya, sejumlah peneliti telah melakukan penelitian terkait tema ini. Tema reklamasi pernah dikaji oleh Nugroho & Widya (2019) terkait kasus reklamasi di Bali; Yulianti, Ikhwan, & Zaman (2015) terkait reklamasi pesisir selatan Madura; Puspasari, Hartati, & Anggawangsa (2017) terkait reklamasi Teluk Jakarta; Kalalo (2009) tentang hak masyarakat pesisir; Aminah (2015) tentang konflik tata ruang di Surabaya yang menyangkut reklamasi pantai timur dan selatan Surabaya; atau Hasyim & Ohoiwutun (2017) tentang masyarakat pesisir di Maluku Tenggara. Sedangkan kajian terkait pengalaman atau manajemen komunikasi namun terhadap kelompok yang berbeda pernah dilakukan Tabrani (2020) terhadap pekerja asing di Indonesia; Nurtyasrini & Hafiar (2016) yang membahas pengalaman komunikasi terkait kesehatan diri pemulung di TPA Bantar Gebang; Permana & Suzan (2018) tentang pengalaman komunikasi penggemar

budaya Jepang; Yadani (2017) tentang pengalaman komunikasi pengungsi Afghanistan di Kecamatan Rumbai; dan Utamidewi, Mulyana, & Rizal (2017) yang mengulas pengalaman komunikasi keluarga mantan buruh migran.

Dari tema penelitian yang beragam tersebut (baik yang terkait reklamasi maupun pengalaman serta manajemen komunikasi) belum tampak yang berfokus pada pengalaman atau manajemen komunikasi masyarakat pesisir. Sedangkan penelitian terkait manajemen atau pengalaman komunikasi yang lain lebih banyak berfokus pada persoalan budaya atau gaya hidup. Kajian sebelumnya tentang reklamasi atau masyarakat pesisir pantai lebih banyak yang berfokus pada aspek ekonomi politik atau ekonomi pembangunan yang cenderung berlevel makro, sedangkan riset ini memusatkan perhatian pada dinamika level mikro yang tecermin pada pengalaman dan manajemen komunikasi para pelaku reklamasi. Dari hal tersebut akan bisa dilacak akar persoalan

reklamasi ini, misalnya mengapa praktik ini sulit dihentikan sejak tahun 1990 meski dianggap ilegal dan terus mendapat tekanan dari pemerintah kota. Apalagi, penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yang memang berfokus pada pengalaman dan pemaknaan individu, dan menguraikan fenomena dari sudut pandang yang mengalami.

Dengan demikian, deskripsi data pengalaman dan pemaknaan para pelaku reklamasi ini akan memiliki signifikansi praktis dalam pencarian solusi. Sedangkan secara teoritis, kajian ini bisa digunakan untuk mengisi celah yang kurang dibahas pada penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu dimensi mikro (atau kesadaran individu) dari praktik reklamasi yang dianggap liar atau ilegal ini.

METODE

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif yang menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan

dokumen, yang kemudian dianalisis secara induktif (Lune & Berg, 2017: h. 17). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali data kualitatif dan menguraikannya melalui deskripsi yang didukung data (Kriyantono & Sa'diyah, 2018: h. 178).

Untuk menunjang pengambilan data, riset ini menggunakan metode fenomenologi dengan mengikuti pikiran Husserl yang memfasilitasi peneliti untuk memahami pengalaman dan manajemen komunikasi pelaku reklamasi dari sudut pandang mereka sendiri. Di lapangan peneliti menjalankan apa yang disebut presuposisi, yaitu menghindari asumsi yang dipasang sebelumnya (terkait praktik reklamasi liar) dan membiarkan pengalaman subjek penelitian menjelaskan dirinya sendiri sebagaimana yang dimaksud dalam fenomenologi (Conklin 2014: h. 117).

Dalam proses wawancara, peneliti membiarkan subjek penelitian menceritakan pengalamannya terkait

nggacar, sekaligus membebaskan mereka memberi makna kepada pengalamannya. Peneliti juga meninggalkan asumsi-asumsi tertentu terkait *nggacar*, misalnya bahwa praktik tersebut liar, ilegal, dan sebagainya. Dengan begitu, subjek penelitian merasa nyaman dan bisa menceritakan pengalamannya tanpa dibebani asumsi peneliti.

Secara formal, subjek penelitian dipilih dengan mempertimbangkan hal berikut: 1) mengalami peristiwa yang diteliti; 2) bisa menceritakan peristiwa yang dialami; 3) suka rela menjadi subjek riset

(Creswell, 2007: h. 118).(Creswell, 2007)(Creswell, 2007) Dalam konteks riset ini, syarat-syarat formal tersebut menuntun peneliti untuk mendapatkan subjek penelitian dari kalangan nelayan pelaku reklamasi di Sukolilo Baru, Kec. Bulak, Surabaya. Selain karena pekerjaannya sebagai nelayan yang terlibat dalam praktik *nggacar*, mereka dipilih karena bersedia dan mampu menceritakan pengalamannya terkait *nggacar* berikut cara memaknainya. Identitas subjek penelitian bisa dilihat di tabel berikut ini.

Tabel 1: Daftar Subjek Penelitian

No.	NAMA	USIA	PEKERJAAN	KETERANGAN
1.	Anang Purwanto	47	Nelayan	Ketua RW 02, Kel. Sukolilo Baru, Kec. Bulak, Surabaya dan Wakil Ketua Paguyuban Udang Rebon Punya lahan reklamasi untuk penjemuran ikan
2.	Hamukah	58	Nelayan	Tetua Sukolilo Baru, anggota Paguyuban Udang Rebon, dan Wakil DPD HNSI Cab. Surabaya Memiliki lahan reklamasi untuk rumah sekaligus penjemuran
3.	Rochman	49	Nelayan	Penduduk asli Sukolilo Baru Punya dua lahan reklamasi untuk tempat tinggal dan lahan penjemuran
4.	Aunun Rofiq	52	Nelayan	Penduduk asli Sukolilo Baru. Memiliki lahan reklamasi yang digunakan untuk rumah sekaligus penjemuran.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Data digali melalui wawancara mendalam. Mengutip Seidman (2006: h.

16), tujuan wawancara mendalam dalam penelitian fenomenologi bukanlah untuk

mendapat jawaban atau evaluasi, tetapi untuk memahami pengalaman yang dialami manusia dan makna yang mereka konstruksikan pada pengalaman tersebut. Untuk melakukan proses wawancara, peneliti terjun ke lapangan pada rentang bulan Januari hingga April 2021.

HASIL

Untuk mempermudah memahami hasil penelitian, bagian ini disusun menjadi dua bagian. Bagian pertama akan menguraikan konteks masyarakat Sukolilo di mana praktik reklamasi yang dianggap liar ini berjalan. Bagian kedua berupaya menyelami bagaimana warga atau pelaku memaknai praktik reklamasi yang mereka lakukan.

‘Nggacar’ dan Problem Ekonomi di Masa Pandemi

Jika istilah reklamasi ditanyakan kepada warga Sukolilo Baru, biasanya mereka cenderung menolak. Mereka merasa istilah tersebut terlalu abstrak dan “muluk-muluk.” Warga lebih memilih kata *nggacar* untuk menjelaskan praktik

pengurukan lahan atau reklamasi. Kata ini berasal dari campuran Jawa *ngoko* (*Suroboyoan*) dan Jawa khas wilayah Gresik (*Gresikan*) yang sehari-hari digunakan warga setempat. Sedangkan lahan reklamasi yang sudah diurug dan telah menjadi daratan baru disebut tanah *gacaran*. Untuk selanjutnya, istilah *nggacar* akan lebih banyak digunakan dalam uraian berikutnya.

Sukolilo Baru merupakan salah satu kampung yang menjadi sasaran utama program pemerintah. Mayoritas warganya yang menjadi nelayan membuat mereka mendapat perhatian ekstra karena kompleksitas masalah yang muncul, seperti kemiskinan, kepadatan penduduk, hingga perekonomian rakyat yang harus terus berputar. Apalagi, sebagai nelayan pendapatan warga bergantung pada musim dan cuaca, faktor alam yang tidak dapat dikontrol.

“Ya mulai dari Corona itu bersamaan dengan cuaca kurang bersahabat, banyak hujan angin, bahkan puting-beliung. Jadi pendapatan nelayan *ndak* jelas. Apalagi ditambah Corona, kalau *ndak*

Corona sekitar 200-300 ribuan, kondisi sekarang ya 50-70 ribuan. *Ndak* cukup, banyak liburnya.” (Anang Purwanto, Ketua RW 02, wawancara, 07/04/2021)

Menurunnya pendapatan ini bukan hal baru bagi nelayan, bahkan sejak sebelum pandemi menyerang mereka tetap memiliki siklus pendapatannya sendiri. Dalam satu tahun, ada masa di mana mereka mendapat pendapatan melimpah, dan ada masa di mana harus menggunakan sisa tabungan untuk bertahan hidup. Secara umum, mengutip Kusnadi (2009: h. 39), masalah masyarakat nelayan berputar pada hal-hal seperti kesenjangan sosial dan kemiskinan, selain juga masalah akses modal, teknologi, pasar, kualitas SDM, degradasi sumber daya lingkungan, dan kebijakan pembangunan yang tidak berpihak.

“Kami pernah dijanjikan insentif Rp 1-2 juta per bulan. Sampai sekarang warga nelayan masih menanyakan ke saya, artinya warga sangat membutuhkan insentif itu. Katanya bulan Juli akan dijadikan kartu pariwisata, dan nelayan-nelayan itu ditenagakerjakan untuk wisata. Itu janjinya. Gaji RT RW 1 jutaan, *sampek* sekarang *nyatane yo*

gak dikasih.” (Anang Purwanto, Ketua RW 2, wawancara, 07/04/21)

Hamukah dan satu warga yang ikut mengobrol bersama peneliti mengeluhkan betapa mereka membutuhkan bantuan pemerintah untuk alat pengeringan ikan. Menurut mereka, alat ini bisa membantu proses pengeringan agar bisa lebih cepat. Ketika musim panen, jumlah tangkapan bisa mencapai dua kali lipat, sehingga mereka harus cepat mengeringkan hasil tangkapan tersebut. Jika tidak, tangkapan tersebut akan segera busuk dan tidak dapat dijual.

Beberapa tahun lalu, menurut cerita mereka, pemerintah menjanjikan pembangunan bendungan untuk mengurangi keterbatasan lahan dan meningkatkan kualitas jual hasil tangkapan nelayan. Proyek ini telah lama dijanjikan, yakni sejak Walikota Soenarto Soemoprawiro (1994-2002). Namun proyek ini menuai pro-kontra antara nelayan dan warga biasa (non-nelayan). Warga non-nelayan tidak menganggap

proyek ini adalah harus dilakukan. Padahal menurut nelayan, bendungan ini dapat membantu mereka melakukan penjemuran dan dijadikan lahan terbuka bagi anak-anak.

Kehidupan nelayan yang kompleks dan selalu mengharapkan bantuan pemerintah bisa dilihat sebagai bentuk keterasingan nelayan dari masyarakat non-nelayan. Masyarakat non-nelayan tidak memahami dunia nelayan bekerja, dan nelayan juga tidak memiliki waktu berinteraksi dengan masyarakat non-nelayan, terutama yang berada di luar tempat tinggal mereka. Hal ini terjadi karena nelayan lebih sering meluangkan waktunya berkumpul dengan sesama nelayan dan kegiatan penangkapan ikan. Selain itu, secara geografis, masyarakat non-nelayan juga jauh dari tempat tinggal nelayan yang dekat dengan pantai (Satria, 2015: h. 22).

“Jangan sampai anak saya jadi nelayan seperti saya. Kalau bisa jadi menteri, atau presiden kalau bisa. Biar Pak Jokowi tahu, kita-kita para nelayan Kenjeran mau jadi DPRD, atau jadi menteri, atau

jadi dokter! Kalau regenerasi kan ada bibitnya, kalau saya ya jangan sampai anak saya jadi generasi nelayan. Lebih baik jadi generasi menteri aja.” (Anang Purwanto, Ketua RW 2, wawancara, 07/04/21).

Pernyataan di atas mewakili harapan para informan lain mengenai regenerasi nelayan di kampung mereka. Pekerjaan sebagai nelayan dinilai terlalu melelahkan dan menghadapi pendapatan yang tidak pasti. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya regenerasi nelayan di Kampung Sukolilo. Menurut Satria (2015: h. 21), nelayan memang memiliki status relatif rendah. Status ini menyebabkan degradasi pada pandangan nelayan sebagai profesi. Namun, pada praktiknya profesi nelayan memang tidak bisa dilakukan semua orang. Profesi ini membutuhkan kegigihan dan kedisiplinan, mengingat hal-hal yang dipelajari nelayan merupakan hal-hal praktikal.

Menyelami Makna ‘Nggacar’ bagi Pelaku
Kehidupan warga Sukolilo Baru
kini berangsur membaik dibanding sebelum reklamasi dilakukan.

“Idenya dari orang tua kami, nenek moyang dulu, karena kondisi tanah semakin sempit. Yang ada dimiliki pengembang. Jadi untuk menjemur *kan ndak* ada tempat, sebagian dibuat tempat tinggal.” (Anang Purwanto, Ketua RW 2, wawancara, 07/02/21)

Saat itu, tidak semua warga memiliki rumah. Rata-rata warga harus tinggal di kos atau kontrakan. Terbatasnya lahan dan kondisi ekonomi membuat mereka tidak bisa mendirikan hunian di pemukiman tersebut. Menariknya, warga yang lahir dan besar di Sukolilo Baru tidak ingin keluar dari wilayah itu, bahkan mereka juga mengisyaratkan anak-anak mereka tidak pindah tempat tinggal. Ini merupakan salah satu karakteristik yang tumbuh dalam dinamika masyarakat pesisir, yakni adanya relasi sosial yang kuat, atau disebut relasi patron-klien. Relasi ini merupakan relasi yang dominan dan terbentuk karena adanya kesamaan profesi, sistem ekonomi, dan tempat tinggal (Kusnadi, 2009: h. 39).

“Orang tua saya itu orang lama di sini, sedikit pun *nggak* punya rumah, *gitu lho*. Ya *ngekos*.”

Seharusnya kan orang lama punya tanah di sini, itu *lho* kebodohan orang tua dulu.. Jadi sekarang anak saya kan mau *ngontrak*. *Ndak usah, lapo ngontrak*. *Wis omah iki nggonono, tak anune*. *Cekel duek, sing tiati, bekne omah iku iso bangun*. (Tidak perlu, untuk apa mengontrak. Sudah, rumah ini kamu tinggal. Simpan uang yang hati-hati, siapa tahu rumah itu (lahan reklamasi) bisa kamu bangun).” (Rochman, nelayan, wawancara, 09/04/2021)

Rochman adalah nelayan yang sejak kecil tinggal di Sukolilo Baru. Ia termasuk warga yang pendiriannya cukup kuat untuk tetap tinggal di pemukiman tersebut. Alasannya sederhana namun logis, yaitu masalah keahlian. Rochman melihat dirinya sebagai seseorang yang tidak mempunyai keahlian khusus dan tingkat pendidikan tinggi. Jika harus berpindah ke tempat lain, mungkin ia akan berakhir menjadi buruh bangunan atau pekerja kasar lainnya. Di sini, menurutnya, lebih enak dan nyaman, apalagi bagi seorang nelayan sepertinya. Pemikiran Rochman mewakili pemikiran tiga subjek penelitian lain yang diwawancarai. Mereka bertahan dan terus

menetap karena merasa sudah menemukan ritme keseharian yang ideal.

Saat berada berbincang-bincang dengan subjek penelitian, pernyataan “penduduk semakin padat, pemukiman semakin sempit” kerap disampaikan baik oleh subjek penelitian atau warga lain. Karena itu, tahun 1990-an dianggap tahun pembawa berkah bagi warga. Warga yang tadinya tidak memiliki rumah, mendapat kesempatan untuk mendaftar antrean pengurusan hanya dengan membayar Rp 250 ribu. Pada tahun itulah, aktivitas *nggacar* pertama kali diusulkan atas desakan nelayan yang tidak punya lahan menjemur hasil laut. Warga berani *nggacar* karena merasa lahan yang di-*gacar* merupakan milik nenek moyang mereka yang tergerus laut, dan disetujui Ketua RT, RW dan kelurahan setempat.

“Aslinya *lho*, menurut peraturan menteri kan dilarang, aslinya kalau pemerintah mau ya kena. Kalau mau dikatakan ilegal, itu ya betul, kan hubungannya sama surat. Ibarat punya kendaraan, tapi *ndak* punya BPKB. Kalau legal, *Insyallah* kelurahan bisa mengeluarkan

petoknya. Tapi *ndak* berani kelurahan itu mengeluarkan petoknya.” (Hamukah, nelayan dan tetua Sukolilo Baru, wawancara, 08/04/2021).

Ungkapan di atas merupakan tanggapan Hamukah menjawab pertanyaan peneliti terkait konflik pemilik lahan *gacaran* dengan warga luar hingga melibatkan Komisi C DPRD Surabaya. Ia menambahkan, setidaknya sebagian warga yang melakukan praktik *nggacar* sadar bahwa aktivitas tersebut ilegal dan harus siap ketika pemerintah menggusurnya.

“Memang itu resiko, semua warga kalau ingat perjanjian awal, bahwa *nggacar* itu sifatnya sementara. Sama dengan kita, ketika *ndak* mampu terus ambil kendaraan, terus kita *ndak* bisa bayar, ya diambil *nggak* ap-apa. Itu perjanjian awal. Jadi harus siap, kayak gitu itu termasuk resiko. Kami di Pemkot kemarin yang waktu *mbahas* itu saya sampaikan. Warga istilahnya siap, siap punya dan siap tidak punya. Kalau pemerintah membutuhkan ya *ndak* apa-apa.” (Hamukah, nelayan dan tetua Sukolilo Baru, wawancara, 08/04/21)

Pengurusan dilakukan dengan mendatangkan *dump truck* berisi pasir dan

batu. Belakangan, proses *nggacar* dipermudah dengan bahan baku berupa batu kapur yang dikirim dari Madura. Jika ditotal, biaya pengurukan dapat mencapai Rp 30 juta, angka yang tidak murah bagi nelayan. Lahan *gacaran* itu memang tidak memiliki sertifikat kepemilikan resmi, namun mereka mendapatkan Surat Pemberitahuan Pajak Terutang (SPPT) yang harus dibayar dalam satu tahun pajak. Adanya SPPT ini semakin membuat warga menganggap tanah *gacaran* adalah sah dan legal.

“Prinsip saya, selagi untuk masyarakat, warga, kepentingan nelayan, *tak tok!* Artinya saya setuju, nggak peduli reklamasi apapun. *Nek* pemerintah *ngamuk*, tolong bongkar Pantai Ria Kenjeran dan Perumahan Laguna. Kami masyarakat asli, kalau kami dilarang, tolong sekarang dilarang juga Laguna, KenPark. Kenapa kita dilarang? Padahal untuk tempat tinggal masyarakat kita sendiri. Saya bilang gitu waktu di DPRD Komisi C itu.” (Anang Purwanto, Ketua RW 2, wawancara, 07/04/21).

Kalimat “siapa cepat, dia dapat” merupakan istilah tepat untuk menggambarkan gelombang *nggacar* saat itu. Warga yang kebutuhannya mendesak

diutamakan untuk mendapat nomor urut pengurukan. Atas dasar “sama rasa, sama rata,” warga lain sabar menunggu giliran.

Namun terbitnya Peraturan Pemerintah No. 78 Tahun 2010 tentang Reklamasi dan Pascatambang membuat situasi berubah. Aturan ini mengatur bahwa perizinan, pelaksanaan, dan pelaporan reklamasi yang harus dilakukan secara formal antara penyelenggara dengan pemerintah. Aturan ini tegas ditolak nelayan di sana.

“*Nggak* setuju kalau *ndak* boleh *nggacar*, karena itu sangat dibutuhkan buat penjemuran ikan atau jaring. Waktu itu ada yang *njemur* di jalan raya, wah jadi *rame mbak*. Sekarang *nggak* diperbolehkan, suruh *njemur* di pinggir laut.” (Aunun Rofiq, nelayan, wawancara, 07/04/21)

Sejak aturan ini terbit, pembagian nomor urut pengurukan tidak lagi berjalan. Pengurukan hanya bisa dilakukan warga yang sudah telanjur memiliki nomor urut. Situasi bertambah rumit karena pada 2019 muncul isu jual-beli tanah *gacaran*. Muncul laporan ke Komisi C DPRD Surabaya

bahwa ada warga yang menjual tanah *gacaran* dengan harga Rp 50 – 100 juta per kapling. Komisi C merespon laporan itu dengan mengingatkan warga agar tidak menjalankan praktik itu (Soekarno, 2019). Warga sendiri merespon Komisi C dengan menggelar demo dan menolak isu tersebut (Hakim, 2019b). Sampai sekarang, praktik *nggacar* ini dicap aktivitas tak berizin dan melanggar undang-undang serta sensitif bagi warga. Saat di lapangan, peneliti beberapa kali diingatkan untuk berhati-hati membahas reklamasi.

Anang Purwanto, salah satu subjek penelitian, mengaku memiliki tanah *gacaran* dari membeli, bukan mendaftar pengurusan yang dinilainya haram.

“Saya *ndak* daftar, beli orang. Ya, karena saya merasa mampu ya saya *ndak* daftar, *gitu lho*. Kalau RW sadar kayak aku Insya Allah enak. *Ndak* perlu *gacaran*, kasihan yang *ndak* punya rumah. *Lha* ini, sudah haji, istrinya hajjah, ikut daftar. Kalau saya bilang itu haram!” (Anang Purwanto, Ketua RW, wawancara, 07/04/2021).

Namun ternyata masih ada warga yang mampu secara finansial, tetapi ikut mendaftar agar mendapat kesempatan untuk *nggacar*. Menurut pengakuan Anang, mereka adalah juragan-juragan terkenal di kampung, bahkan menyandang sebutan Haji atau Hajjah. Warga yang mengetahui hanya bisa diam dan mengelus dada. Nantinya, menurut Anang, tanah yang sudah dibeli para juragan itu akan dijual lagi dengan harga tinggi, atau disewakan sebagai lahan penjemuran dengan biaya sekitar Rp 3 juta rupiah per tahun. Berdasar perhitungan Anang, hingga saat ini terdapat sekitar 130 lahan reklamasi, kurang lebih 80 di antaranya sudah diurug. Jika dipetakan, dari sembilan gang, tiap gang memiliki setidaknya 25 sampai 30 lahan *gacaran*.

Bagi warga Sukolilo, *nggacar* merupakan solusi atas masalah. Mereka tidak harus mengeluarkan biaya sebesar jika membeli lahan. Mereka tidak ingin berpindah dari tempat yang mereka tinggali sejak kecil dan dianggap milik nenek

moyang. Inilah poin penting mengapa praktik *nggacar* tetap berjalan meski dianggap ilegal.

Hal ini juga menjadi tanda bahwa hubungan antar warga di Sukolilo memiliki tingkat kohesivitas tinggi. Secara teoritik, kohesi kelompok memang merupakan dorongan yang membuat anggota kelompok tetap berada dalam kelompok dan tidak meninggalkannya (Rakhmat, 2009: h. 39). Hal ini merupakan bentuk identitas sosial pelaku reklamasi. Identitas sosial merupakan konsep diri individu yang timbul dari keanggotaannya dalam kelompok sosial. Hal tersebut timbul bersama dengan nilai dan sisi emosional yang melekat pada eksistensinya sebagai anggota kelompok (Harmaini et al., 2017: h. 52).

Pelaku *nggacar* memiliki nilai dan hubungan yang kuat dengan seluruh aspek di Kampung Sukolilo. Perasaan “ke-kitaan” dan rasa memiliki timbul di dalam diri mereka sehingga merasa “berhak” atas

wilayah tinggal tersebut sebagaimana diungkapkan subjek penelitian.

“Memang laut itu milik pemerintah. Tapi di tanah pajaknya saya bayar, tiap tahun. Apa bisa ini digusur, dipindah? Kami ini *kan* nelayan, ditempatkan ya di tempat nelayan. Kalau ditempatkan di tani (pertanian), apa perisainya kalau di tani?” (Rochman, nelayan, wawancara, 09/04/21)

Fenomena ini juga merupakan salah satu hal yang peneliti temukan selama melakukan observasi di Kampung Sukolilo. *Sense of belonging* tersebut sangat tinggi, sampai-sampai subjek penelitian dan keluarganya kebanyakan menikah dengan sesama warga Sukolilo. Hal ini juga bisa saja dipengaruhi oleh tingginya homogenitas profesi di Kampung Sukolilo Baru, sehingga kebanyakan dari mereka tidak memiliki kesempatan bergaul dengan orang di luar kelompoknya.

PEMBAHASAN

Kaye menjelaskan, jantung komunikasi tidak terlihat di permukaan atau hal-hal yang bisa kasat mata, tetapi pada

interpretasi atau makna yang melekat pada pesan (Kuswarno 2009: h. 118). Saat seseorang menyampaikan pesan, interpretasinya terhadap pesan tersebut memengaruhi caranya menyampaikan. Dalam konsepsi Kaye, kemampuan berkomunikasi tidak muncul begitu saja ketika individu lahir, kemampuan itu merupakan produk dari proses pengembangan apa yang ia pelajari.

Dalam konteks warga Sukolilo Baru, rata-rata penduduk di sana adalah penduduk asli yang tinggal di sana sejak lahir. Adaptasi kebiasaan dan budaya lokal masyarakat setempat diturunkan dari

orangtua. Kemampuan subjek penelitian mengkonstruksi pemaknaannya terhadap *nggacar* juga tidak lepas dari hubungan mereka satu sama lain. Homogenitas profesi membuat mereka harus menghadapi rutinitas yang sama setiap hari, dan turut mendorong intensitas interaksi antar warga. Dalam manajemen komunikasi, dijelaskan bagaimana makna dapat terbentuk di masyarakat. Konstruksi makna yang timbul di Sukolilo Baru adalah hasil dari kesepakatan kolektif yang tumbuh dari nilai, norma, dan budaya warganya.

Tabel 2. Proses Manajemen Komunikasi Pelaku ‘Nggacar’

Lapisan	Keterangan
<i>The Self</i>	Sisi fundamental pelaku <i>nggacar</i> ; apa yang ia percayai dan ia lakukan
<i>Interpersonal</i>	Hubungan pelaku <i>nggacar</i> dengan warga/pelaku reklamasi lainnya
<i>People-in-System</i>	Norma, nilai, dan budaya yang dipercaya di Sukolilo Baru
<i>Competence</i>	Kemampuan pelaku <i>nggacar</i> menginterpretasikan apa yang ia percayai. Hal ini merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tabel 2 merupakan penggambaran singkat dari perumpamaan Kaye terhadap konsep manajemen komunikasi. Ia mengumpamakan manajemen komunikasi sebagai “Boneka Matouschka Rusia” yang

memiliki empat tingkatan. Keempat tingkatan tersebut terdiri dari: *the self*, *interpersonal*, *people in system*, dan *competence*. Tingkatan tersebut saling melapisi satu sama lain, tingkatan pertama

dilapisi oleh tingkatan kedua, dan seterusnya. Peneliti mengolah perumpamaan tersebut ke dalam tabel yang merepresentasikan setiap tingkatan komunikasi pelaku *nggacar*. Empat tingkatan proses manajemen komunikasi tersebut saling berhubungan, terutama dalam mempengaruhi interpretasi individu.

Jika dimulai dari tingkatan pertama, *The Self* berbicara sisi fundamental individu. Tingkatan ini mencerminkan pengelolaan diri (*self-management*)

seseorang, bagian ini adalah sisi intrapersonal seseorang (Kuswarno, 2009: 119). Pada tingkatan ini, peneliti mengamati sisi fundamental pelaku *nggacar*, yakni apa yang ia percayai sebagai sesuatu yang bisa dan tidak bisa dilakukan. Dalam tingkatan *The Self*, subjek penelitian melihat bahwa masalah keterbatasan lahan di Sukolilo membutuhkan jalan keluar. Maka, sisi *survival-mode* mereka seolah diaktivasi oleh situasi yang mendesak.

Tabel 3. Proses Manajemen Komunikasi *The Self* Pelaku ‘Nggacar’

Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	<i>Nggacar</i> merupakan cara warganya yang tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal dan pengeringan ikan.
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	<i>Nggacar</i> sah dilakukan meski secara hukum formal tidak legal.
Anunun Rofiq	Nelayan, warga biasa	<i>Nggacar</i> berhak dilakukan karena jumlah warga semakin bertumbuh dan lahan semakin menipis.
Rochman	Nelayan, warga biasa	<i>Nggacar</i> sah dilakukan warga pribumi kampung Sukolilo atas tanah kelahirannya dan milik nenek moyang mereka yang tergerus air laut.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Pelaku *nggacar* merupakan individu yang bersinggungan langsung dengan reklamasi. Mereka lahir dan tumbuh di kampung ini, sehingga perilaku dan cara berpikir mereka merupakan bentuk adaptasi terhadap lingkungannya. Kaye (1992: h. 8) menulis, komunikasi dan perilaku manusia dapat dipengaruhi

struktur dari sistem yang mereka temui sehari-hari. Terbentuknya sisi fundamental dalam diri seseorang memang tidak lepas dari keadaan lingkungan sekitar orang tersebut.

Pelaku menyayangkan orangtuanya (penduduk asli) tidak memiliki tempat tinggal yang bisa dihuni satu keluarga.

Bukan hanya keluarga pelaku, banyak keluarga lain yang bernasib sama sebelum ide *nggacar* dicetuskan. Pelaku merasa dirinya berhak punya tanah atau rumah sebagai warga asli Sukolilo. Kampung ini merupakan tempat spesial baginya, kerana terkait dengan sejarah hidup diri dan keluarganya. Hal ini membentuk cara berpikirnya, bahwa warga asli sudah seharusnya memiliki tempat tinggal di tanah kelahirannya.

Anggapan bahwa pribumi memiliki hak atas potensi alam kampung halamannya merupakan sisi fundamental yang peneliti

temukan pada pelaku *nggacar*. Sukolilo bukan hanya kampung, namun pusat kehidupan mereka. Mata pencaharian, tempat tinggal, sanak saudara, semuanya melebur menjadi satu dan menciptakan ikatan kuat. Seluruh aspek inilah yang membentuk perspektif individu terhadap *nggacar*; bahwa hal ini sah dilakukan selama untuk kepentingan warga. Berangkat dari fundamental ini, *nggacar* dilihat sebagai jalan keluar dari masalah yang sudah mendarah daging di kampung mereka.

Tabel 4. Proses Manajemen Komunikasi Interpersonal Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	Memiliki kemampuan artikulasi yang baik; nyaman menggunakan kata “reklamasi.”
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	Menyadari level abstraksi seseorang dalam memahami reklamasi.
Aunun Rofiq	Warga Nelayan Biasa	Memiliki kemampuan berbahasa Indonesia cukup baik, namun lebih nyaman menggunakan kata <i>nggacar</i> untuk mendeskripsikan aktivitas pengurusan di kampungnya.
Rochman	Warga Nelayan Biasa	Lebih suka menyebut reklamasi dengan sebutan <i>nggacar</i> .

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Aspek *The Self* juga tidak lepas dari peran *opinion leader*. Mengutip Xiao, Yu, & Hou (2020: h. 2), opini individu dan opini kolektif berubah seiring informasi yang diperoleh dari masyarakat dan lingkungan sekitar mereka. Dalam

fenomena ini, informasi pelaku *nggacar* didapat dari *opinion leader* yang berhubungan dengan pihak luar dan pemerintah, sehingga hal-hal yang berhubungan dengan kebijakan diinformasikan melalui mereka. Hal ini

menjelaskan mengapa para subjek penelitian, terutama dua orang yang merupakan warga nelayan biasa, memiliki pandangan fundamental yang sama terhadap praktik *nggacar*.

Tingkatan selanjutnya yaitu Interpersonal, seperti tampak di Tabel 4. Tahapan ini menekankan hubungan antar warga yang mempengaruhi konstruksi makna pelaku *nggacar*. Salah satu pendekatan yang dapat memberi penjelasan tentang interpretasi individu dalam komunikasi interpersonal adalah konstruktivisme. Hal ini diartikulasikan oleh Delia, O'Keefe, dan O'Keefe dalam Kaye (1992: h. 13) dengan mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai konstruksi makna yang bersifat mutual. Hal ini merujuk pada hubungan individu dengan individu lain. Seseorang pasti memiliki persepsinya sendiri terhadap orang lain dan hal ini mempengaruhi cara pandang mereka. Berbicara konstruksi makna, setiap hari warga saling bertemu dan berinteraksi. Aktivitas ini berperan

penting membentuk konstruksi makna di dalam benak tiap individu. Interaksi antar warga mempengaruhi cara mereka melihat fenomena *nggacar*. Bahasa yang digunakan di Sukolilo memang tidak seperti bahasa Jawa umumnya, mereka aktif menggunakan campuran bahasa Jawa Ngoko dengan Jawa Gresik. Ketika diminta menjelaskan asal percampuran bahasa ini, subjek penelitian tertawa dan mengaku bahasa tersebut memang keunikan kampungnya. Berhubung bahasa adalah alat utama berkomunikasi, cara mereka memaknai reklamasi juga terpengaruh penggunaan bahasa ini.

Ketika berkomunikasi, manusia menginterpretasikan mengapa manusia lain berkomunikasi dengan cara tertentu, lalu mengembangkan cara sendiri dalam berkomunikasi dengan orang lain (Kaye, 1992: h. 15). Hal ini terjadi pada pelaku *nggacar*, mereka saling mengamati, memilih bahasa yang nyaman untuk menunjuk reklamasi. Kebanyakan dari mereka memang bukan orang

berpendidikan tinggi, namun setidaknya dua dari empat subjek penelitian merupakan *opinion leader*. Hamukah dan Anang Purwanto cukup baik mengartikulasikan interpretasi terhadap *nggacar*, dan lebih memahami istilah reklamasi. Hal ini dikarenakan keduanya sering berhubungan dengan orang di luar kampung untuk urusan organisasi, dan tak jarang berhubungan dengan pemerintah. Sedangkan dua subjek lainnya merupakan warga biasa yang berprofesi sebagai nelayan, Rachman dan Aunun lebih nyaman menyebut reklamasi dengan *nggacar*, walaupun mereka menyadari orang luar tidak memahami bahasa mereka.

Inilah bukti komunikasi antar individu dapat saling mempengaruhi individu tersebut. Bagaimana di dalam proses interaksi tersebut terdapat penciptaan makna yang mengubah cara pandang individu terhadap fenomena

(Kuswarno, 2009: h. 120). Memang terdengar sepele, mengganti sebutan reklamasi dengan *nggacar*. Penggunaan kata *nggacar* hanya dipahami warga Sukolilo, terutama pelakunya. Bahasa ini tidak dimengerti orang lain yang tidak pernah berinteraksi konstan dengan warga Sukolilo. Di dalam kata itu tersirat makna tentang apa yang mereka pahami tentang “hak sejarah” warga asli terhadap tanah kelahiran dan nenek moyangnya. Beebe, Beebe, & Redmond (2011: h. 7) menjelaskan, orang lain memberi makna untuk menyambung perkataan yang kita keluarkan dan pemaknaan yang ingin kita ciptakan. Dalam hal ini, kata *nggacar* yang mungkin saja tidak memiliki makna bagi orang lain, dapat menjadi berarti bagi pelakunya. Walaupun istilah ini diambil dari bahasa sehari-hari, namun makna aktivitas itu memberi perubahan besar bagi mereka.

Tabel 5. Proses Manajemen Komunikasi ‘People-in-System’ Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	Sebagai <i>opinion leader</i> , kerap kali mengidentifikasi adanya <i>shadow side</i> dari <i>nggacar</i> , seperti ketika terjadi konflik dengan Komisi C DPRD Surabaya. Tidak hanya mengidentifikasi, ia juga melakukan mediasi konflik tersebut.

Hamukah	<i>Opinion Leader</i>		Dapat mengidentifikasi <i>shadow side</i> dari <i>nggacar</i> , terutama terkait legalitas lahan dan upayanya mengingatkan warga mengenai posisi lahan reklamasi mereka.
Aunun Rofiq	Warga Biasa	Nelayan	<i>Legowo</i> terhadap legalitas lahan <i>gacaran</i> . Keterlibatan dalam banyakan aktivitas di kampung membuatnya sering bertemu <i>opinion leader</i> .
Rochman	Warga Biasa	Nelayan	Defensif terkait legalitas lahan <i>gacaran</i> . Tidak aktif berorganisasi membuatnya tidak terpapar pandangan <i>opinion leader</i> .

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tingkatan ketiga adalah *people-in-system* (lihat Tabel 5) dalam manajemen komunikasi, tingkatan ini membahas mengenai norma, nilai, dan budaya yang dipercaya oleh warga Sukolilo Baru secara kolektif. Mengutip Kaye (1992: h. 15), “*communication is the lifeblood of systems*”, yang artinya komunikasi adalah sumber kehidupan dari sebuah sistem. Struktur atau elemen dalam sebuah sistem berdampak pada kualitas dan jumlah komunikasi antar manusia di dalamnya. Kampung Sukolilo Baru merupakan sebuah sistem yang terdiri dari sekelompok manusia yang berkomunikasi dengan satu sama lain. Pada bagian ini, peneliti akan berfokus pada aspek komunikasi dan perilaku warga Sukolilo dari sudut pandang *people-in-system*.

Mcshane & Glinow dalam Harmaini et al. (2016: h. 26) menjelaskan,

kohesivitas kelompok merupakan daya tarik yang memotivasi individu tetap berada di dalam kelompok tersebut. Kohesivitas yang terjadi di Sukolilo Baru didasari oleh *social cohesion*, *perceive cohesion*, *task cohesion*, *perceive cohesion* dan *emotional cohesion*. Di dalam *social cohesion*, kelompok memiliki kecocokan yang membuat mereka bertahan di dalam kelompok tersebut. Di Sukolilo, kecocokan ini timbul karena rata-rata warganya merupakan penduduk yang sejak lahir menduduki tanah tersebut. Komponen *task cohesion* menilai kohesivitas anggota kelompok berdasarkan pada tujuan kelompok. Sedangkan dalam *perceive cohesion*, kelompok bersatu berdasar rasa kebersamaan serta persepsi yang mengikutkan perasaan anggota kepada kelompok tersebut. Warga Sukolilo Baru lebih memilih menetap di kampung tersebut

karena adanya *sense of belonging* yang tumbuh tanpa paksaan. Homogenitas profesi juga mendukung mereka untuk saling bergantung satu sama lain. Peneliti melihat hal ini sebagai aspek penting yang menumbuhkan mutualisme dalam hubungan antar warganya. Lalu komponen *emotional cohesion* menjelaskan kohesi berdasar hubungan emosi positif dalam kelompok. Pada komponen ini, kohesi tercipta karena tiap warga rata-rata tidak memiliki prasangka atau konflik besar yang menyebabkan perpecahan satu sama lain. Komunikasi dan perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan dan struktur dari sistem mereka (Kaye, 1992: h. 16).

Peneliti melihat aspek pengusuran sebagai *shadow side* atau sisi bayangan dalam sistem ini. *Shadow side* merupakan peristiwa yang tidak dianggap sebagai budaya yang diterima oleh suatu sistem. Singkatnya, hal ini merupakan peristiwa yang tidak dapat ditebak, dan seringkali tidak bisa diperdebatkan (Kaye, 1992: h.

16). Sebagai hal yang tidak dapat diprediksi kepastiannya, warga pun sudah memiliki kesepakatan harus siap jika hal buruk terjadi, mengingat lahan tersebut ilegal secara hukum. Lantas, bagaimana jika tiba-tiba mereka harus menyerahkan tempat tinggal dan lahan penjemuran yang sudah mereka impikan selama ini? Di sinilah peran *change agents* atau agen pembawa perubahan diperlukan. Orang-orang seperti Hamukah dan Anang Purwanto adalah sosok yang dianggap memiliki suara kuat dan mampu memberi penyadaran bagi pelaku *nggacar* yang lain. Dalam perspektif *people-in-system*, agen pembawa perubahan adalah aspek penting karena mereka dibutuhkan untuk menyadari keberadaan *shadow side* yang dapat merusak sistem. Benar saja, walaupun Hamukah menyatakan ada sebagian pelaku yang sadar, keberadaan “kita” atau yang peneliti lihat sebagai *change agents* memiliki peran penting dalam pembentukan makna ini.

Tabel 6. Proses Manajemen Komunikasi ‘Competence’ Pelaku ‘Nggacar’

Nama Subjek	Keterangan	Pemaknaan
Anang Purwanto	<i>Opinion Leader</i>	<i>Surface level:</i> tegas membela hak warga terkait <i>nggacar</i> . <i>Deeper level:</i> mengetahui kondisi warga yang <i>nggacar</i> ; mampu mengadvokasi hingga ke pemerintahan.
Hamukah	<i>Opinion Leader</i>	<i>Surface level:</i> salah satu tetua yang sadar masalah di kampungnya. <i>Deeper level:</i> mampu menjelaskan kebijakan; aktif dalam diskusi dengan pemerintah.
Aunun Rofiq	Warga Biasa	<i>Surface level:</i> sering bicara <i>nggacar</i> dari sudut pandang nelayan. <i>Deeper level:</i> aktif berorganisasi; paham masalah <i>nggacar</i> .
Rachman	Warga Biasa	<i>Surface level:</i> gigih meng- <i>nggacar</i> tanpa buruh harian. <i>Deeper level:</i> hanya mengerti hal-hal teknis dalam aktivitas <i>nggacar</i> , seperti tahapan dan biayanya.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Tahapan terakhir adalah berfokus pada pemahaman dan *competence*, yaitu kemampuan individu mengartikulasikan pemaknaannya terhadap *nggacar*. Tahap inilah yang memungkinkan melihat sejauh mana *people-in-system* berkomunikasi satu sama lain. Aspek yang dititikberatkan adalah kompetensi komunikator sebagai individu yang mampu meraih tujuan utama dalam situasi sosial tertentu, tanpa mengorbankan keinginannya mencapai tujuan sekunder lainnya. Kompetensi tidak hanya berbicara “*skill*” atau “keterampilan” seseorang. Kaye (1992: h. 20) menulis, kompetensi juga melibatkan kombinasi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai-nilai yang membedakan antara orang yang profesional/ahli dan teknisi. Peneliti

berfokus pada pemahaman dan pengendalian diri pelaku *nggacar*; kemampuan mengartikulasikan pemaknaannya melalui interaksi dengan orang lain; dan kompetensi mengubah sistem sosial secara keseluruhan.

Ketika melakukan wawancara dan observasi di Sukolilo Baru, peneliti menyadari keempat subjek penelitian memiliki derajat kompetensi berbeda. Dua diantaranya *opinion leader* di kampung tersebut, dan dua lagi warga biasa yang berprofesi nelayan. Peneliti melihat ada perbedaan peran antara dua kelompok ini, yang kemudian mempengaruhi derajat kompetensi mereka terkait *nggacar*/reklamasi. Memetakan level kompetensi tiap individu bukanlah hal

mudah (lihat Tabel 6). Trenholm dan Jensen dalam Kuswarno (2009: h. 121) membagi kompetensi menjadi dua tingkatan. Pertama, tingkat permukaan (*surface level*); yang terlihat dalam perilaku dan penampilan seseorang sehari-hari. Hal ini disebut dengan *performative competence*. Kedua, tingkat dalam (*deeper level*), yakni semua yang harus diketahui ketika ditunjukkan individu. Hal ini disebut dengan *process competence*.

Ketika berbincang dengan Hamukah dan Anang Purwanto, peneliti mendapat penjelasan yang lebih terfokus mengenai kampung Sukolilo dan aktivitas *nggacar*. Hamukah merupakan penduduk lama Sukolilo Baru. Posisinya sebagai tetua kampung membuatnya lebih akrab dengan sejarah kampung ini. Penampilannya sederhana dan tidak menyolok. Namun posisinya sebagai Wakil DPD Himpunan Nelayan Seluruh Indonesia (HNSI) Cabang Surabaya membuatnya piawai menjelaskan masalah. Ia juga aktif berorganisasi di kampung yang membuatnya lebih sadar

persoalan kampung dan program yang berjalan. Hal ini merupakan bagian dari tingkat permukaan (*surface level*), di mana ia dapat menunjukkan *performative competence* yang dimiliki sebagai *opinion leader* yang melakukan reklamasi. Hamukah terlibat dalam pengambilan kebijakan terkait program yang berjalan di kampungnya.

Apa yang dirasakan Hamukah merupakan cerminan dari tingkat dalam (*deeper level*), tingkatan ini menunjukkan kemampuan Hamukah memahami *shadow side* dalam *People-in-System*. Hamukah memiliki kemampuan baik dalam menjelaskan kebijakan, tak jarang menggunakan perumpamaan untuk memastikan peneliti paham konteks yang ia bicarakan. Ia juga kerap bercerita diskusinya dengan DPRD atau Pemkot Surabaya. Hal ini menunjukkan ia paham bahwa ada hubungan yang harus dijalin agar warga dapat menyampaikan aspirasi ke pemerintah. Kesadaran ini merupakan dorongan dari dalam dirinya, dari sisi *The*

Self yang membuatnya aktif menyuarakan aspirasi warga. Ketika diminta memberi pandangan soal penggusuran, jawaban Hamukah juga didasari berkaca pada kebijakan yang sudah disepakati.

Subjek penelitian kedua, Anang Purwanto, juga *opinion leader* di Kampung Sukolilo, terutama karena posisinya sebagai Ketua RW. Ia telah menjabat dua periode, yang bisa diartikan bahwa dia dipercaya dan disegani di wilayahnya.

Peneliti melihat Anang sebagai sosok yang berani memperjuangkan warganya. Walaupun bersinggungan dengan pemerintah, ia berpegang pada prinsip yang sama. Pada *surface level*, ia menunjukkan kompetensinya melalui mandat yang ia jalankan, yakni sebagai Ketua RW. Ia juga sosok yang sigap begitu menemukan *shadow side* pada tahapan *People-in-System*, karakternya yang tegas membuat Anang enggan bungkam ketika warganya dicegah melakukan reklamasi. Dari sisi *The Self*, ia sangat percaya *nggacar* adalah hak warga yang sah karena

adanya faktor emosi positif pada kohesivitas kelompok yang telah dibahas sebelumnya. Sisi emosional muncul ketika ia melihat warganya yang tidak memiliki rumah dan lahan penjemuran dan menggerakkannya untuk memperjuangkan reklamasi. Hal ini merupakan *performative competence* dan *deeper level* yang dimiliki Anang.

Sedangkan Rochman berharap mendapat ganti rugi jika digusur. Ia mengaku sangat terbantu oleh praktik *nggacar*. Kompetensinya dalam mengartikulasikan makna reklamasi memang tidak seperti dua *opinion leader* di atas, namun ia menunjukkan kebanggaan tiap menceritakan perjuangannya memiliki tanah *gacaran*. Rochman juga mengajak peneliti berkeliling di lahan miliknya dan menjelaskan apa yang sudah ia lakukan di sana. Pada *surface level*, ia tidak terlihat sebagai orang yang mengerti agenda kampungnya. Ia bersikap defensif atas topik penggusuran, namun tidak memiliki pengalaman langsung berhadapan dengan

pemerintah. Rochman hanya mengerti hal teknis dalam aktivitas *nggacar*, seperti tahapan dan biaya yang harus dikeluarkan. Sebagai warga biasa yang jarang terlibat dalam aktivitas sosial di kampungnya, ia terlihat lebih berfokus pada permasalahannya dan keluarganya sendiri. Inilah yang membedakan *deeper level* Rochman dengan dua subjek penelitian sebelumnya.

Aunun Rofiq, yang juga warga biasa seperti Rochman, juga memiliki pandangan positif terhadap reklamasi. Dia lebih berkompeten berbicara dari sisi nelayan. Saat diwawancarai, ia sering memberi argumen mengenai kehidupan nelayan di pesisir dan bagaimana *nggacar* sangat membantu dalam hal penjemuran. Jika dilihat dari *surface level*, ia bukan orang yang aktif berorganisasi, walaupun Aunun mengaku masih sering mengikuti kegiatan Paguyuban Udang Rebon. Peneliti melihat sosoknya sebagai nelayan yang cekatan, terlihat dari beberapa hadiah yang ia menangkan dalam perlombaan perahu

layar. Sebagai pelaku *nggacar* ia tidak aktif melakukan advokasi bagi warga lain. Seperti warga lainnya, ia mempercayakan semuanya pada *opinion leader*. Pada tingkat lebih dalam (*deeper level*), ia cukup memahami hal yang berkaitan dengan reklamasi, seperti konflik dengan Komisi C DPRD Surabaya.

Agar dapat mengikat keempat tahapan tersebut, peneliti mengaitkannya dengan konsep pengalaman komunikasi yang merupakan dasar dari pemaknaan individu. Dalam Permana & Suzan (2018: h. 15), Moustakas menyatakan, objek yang terkait dengan pengetahuan harus berdasar pengalaman. Setiap individu memiliki interpretasinya sendiri terhadap pengalaman yang ia temui. Hal ini kemudian memengaruhi pemaknaan individu terhadap pengalaman tersebut. Ketika peristiwa yang dialami merupakan hal yang penting bagi pelaku *nggacar*, maka ia akan terus mengingat hal tersebut. Hal penting ini juga akan memberikan dampak dalam hidupnya.

Keempat lapisan dalam hidup pelaku *nggacar* merupakan bentuk pengalaman yang memengaruhi tindakan dan pemaknaannya terhadap praktik ini. Schutz dalam Permana & Suzan (2018: h. 15) menegaskan, tindakan atau perilaku merupakan bentuk pengalaman yang menimbulkan pemaknaan melalui aktivitas spontan. Jika diambil kesimpulan, empat lapisan ini merupakan serangkaian pengalaman yang membentuk pemaknaan dan cara pandang individu dalam praktik *nggacar*. Hal ini cukup menjelaskan mengapa *nggacar* dianggap sebagai aktivitas yang sah untuk dilakukan. Pengalaman komunikasi di masa lalu bisa memengaruhi pendapat individu ketika menentukan tujuan atau mengambil keputusan (Nurtyasrini & Hafiar, 2016: h. 3). Dari sini peneliti melihat keputusan para pelaku reklamasi, walaupun sama, ternyata merupakan hasil dari peristiwa yang mereka alami di masa lalu.

Ketika ada yang mengawali aktivitas ini pada tahun 1990-an, maka

generasi selanjutnya tinggal mengikuti apa yang sudah diwariskan bagi mereka. Hal ini berpengaruh pada keempat tahapan manajemen komunikasi, yakni *The Self*, *Interpersonal*, *People-in-System*, dan *Competent*. Pada intinya, manajemen komunikasi adalah sisi fundamental yang membentuk pengalaman pelaku reklamasi terhadap aktivitas ini. Ketika aktivitas ini disepakati dan dilakukan secara kolektif, maka keberanian akan timbul sebagai bentuk *defense mechanism* terhadap situasi yang mereka hadapi. Kembali lagi, manusia memang tidak bisa berpisah dari kelompok. Posisinya sebagai makhluk sosial membuat manusia memiliki kecenderungan hidup berkelompok (Harmaini et al., 2016: h. 90).

SIMPULAN

Munculnya fenomena praktik reklamasi ilegal (*nggacar*) di Sukolilo Baru (kawasan pesisir Surabaya) dan berlangsung sampai 30 tahun berhubungan dengan manajemen komunikasi yang dijalankan pelakunya. Secara fenomenologis, pelaku memiliki konstruksi

makna tersendiri terhadap pengalaman *nggacar*-nya yang berbeda dengan pemaknaan pihak lain. Pelaku memaknai praktik *nggacar* sebagai hak sejarah warga asli terhadap potensi ekonomi tanah kelahirannya dan menganggap pantai yang direklamasi (tanah *gacaran*) merupakan warisan nenek moyang yang tergerus air laut. Pelaku juga memaknai *nggacar* sebagai praktik yang sah, dan menjadikannya sebagai instrumen protes terhadap reklamasi yang juga dilakukan pengembang perumahan besar di kawasan tersebut yang mendapat izin Pemerintah Kota Surabaya.

Kampung Sukolilo Baru merupakan kampung padat di pesisir di Surabaya, dan 80% warganya adalah nelayan. Kepadatan penduduk ini merupakan cerminan *sense of belonging* yang sangat tinggi terhadap kampung halaman, sehingga warga tidak mau berpindah meskipun sudah beranak-pinak. Hal inilah yang membuat manajemen komunikasi di antara para pelaku *nggacar* (untuk yang digunakan

untuk kepentingan menjemur tangkapan laut dan pemukiman) menjadi kompleks. Masing-masing lapisan manajemen komunikasi ikut membentuk makna yang dikembangkan para pelaku terhadap praktik atau pengalaman *nggacar*-nya.

Lapisan *The Self* pelaku reklamasi mencerminkan bahwa Kampung Sukolilo Baru menjadi pusat kehidupan mereka, sehingga penduduk asli merasa memiliki hak atas kekayaan alam serta peluang yang ditawarkan kampungnya. Sedangkan lapisan *Interpersonal* menandakan peranan penting penggunaan bahasa dalam membentuk pemaknaan terkait reklamasi, seperti penggunaan kata *nggacar* untuk menggantikan kata reklamasi. Lapisan *People-in-System* menggambarkan bahwa peran *opinion leader* sebagai *change agent* yang sadar akan ancaman (*shadow side*) terkait reklamasi. Terakhir, lapisan *Competence* mencerminkan adanya perbedaan dalam *surface level* dan *deeper level* diantara pelaku reklamasi (antara

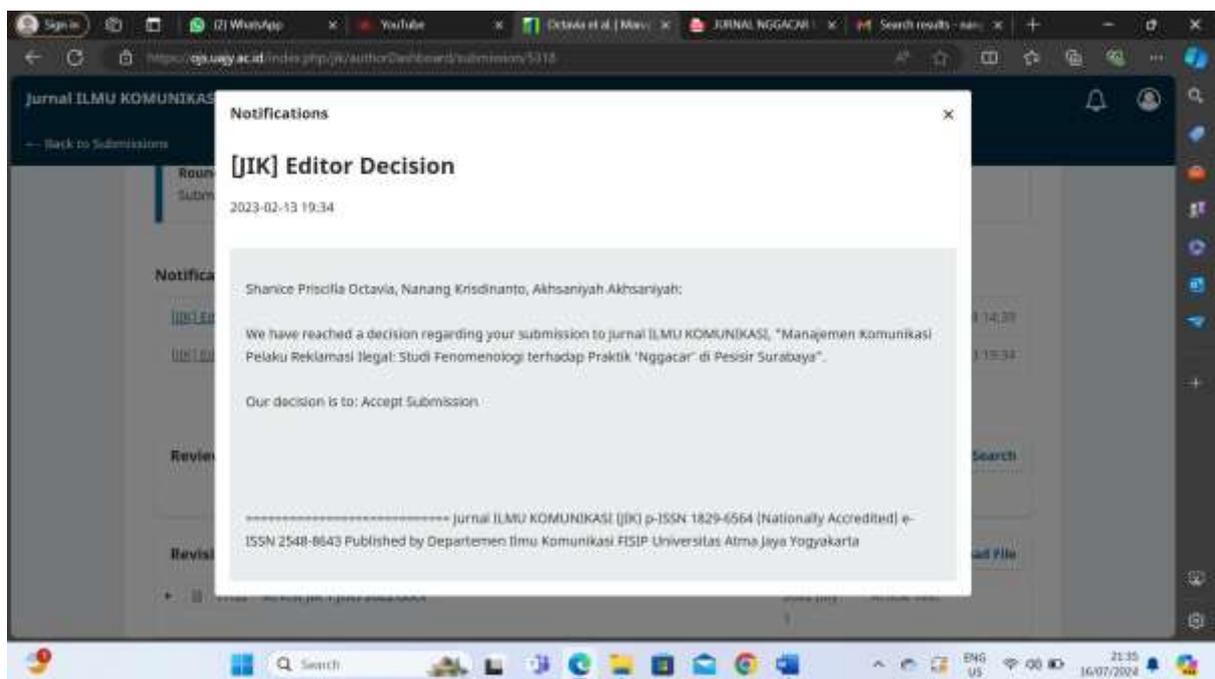
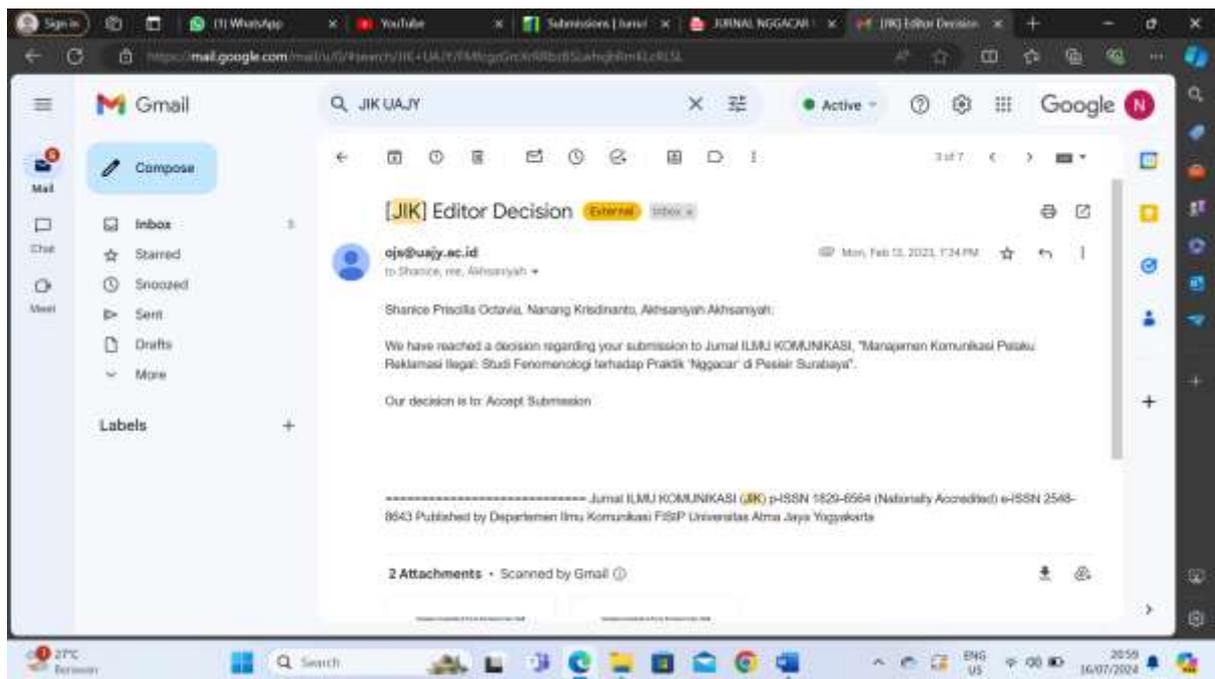
pelaku yang berstatus *opinion leader* dan warga biasa).

RUJUKAN

- Aminah, S. (2015). Konflik dan Kontestasi Penataan Ruang Kota Surabaya. *Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 20(1), 59–79.
- Beebe, S. A., Beebe, S. B., & Redmond, M. V. (2011). *Interpersonal Communication: Relating to Others, Sixth Edition*. Allyn & Bacon.
- Conklin, T. A. (2014). Phenomenology redux: Doing phenomenology, becoming phenomenological. *Organisation Management Journal*, 11(2), 116–128. <https://doi.org/10.1080/15416518.2014.929935>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, 2nd*. Sage.
- Fatimatuz Zahroh. (2017). *Reklamasi Pantai Ria Kenjeran Tembus 100 Hektar, Warga Iri dan Beginilah Pelampiasannya*. Tribunjatim.Com. <https://jatim.tribunnews.com/2017/07/11/reklamasi-pantai-ria-kenjeran-tembus-100-hektar-warga-iri-dan-beginilah-pelampiasannya?page=3>
- Goldberg, A. A., & Larson, C. E. (2006). *Komunikasi Kelompok: Proses-Proses Diskusi dan Penerapannya*. UI Press.
- Hakim, A. (2019a). *DPRD Soroti Dugaan Reklamasi Ilegal di Pantai Kenjeran Surabaya*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/1137952/dprd-soroti-dugaan-reklamasi-ilegal-di-pantai-kenjeran-surabaya>
- Hakim, A. (2019b). *Puluhan Warga Kenjeran Surabaya Bantah Jual Beli Lahan Reklamasi*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/1189844/puluhan-warga-kenjeran-surabaya-bantah-jual-beli-lahan-reklamasi>
- Harmaini, Anasstasia, D. F., Agung, I. M., & Munthe, R. A. (2017). *Psikologi Kelompok: Integrasi Psikologi dan Islam*. Rajawali Pers.
- Hasyim, C. L., & Ohoiwutun, E. C. (2017). Peran Komunikasi dalam Pemberdayaan Nelayan Tradisional pada Masyarakat Pesisir (PMP) di Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Pikom: Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 18(1), 31–42.
- Kalalo, Flora Pricilia. (2016). *Hukum Lingkungan dan Kebijakan Pertanahan di Wilayah Pesisir*. Rajawali Pers.
- Kalalo, Flora Pricilla. (2009). Kebijakan Reklamasi Pantai dan Laut: Implikasi terhadap Hak Masyarakat Pesisir dan Upaya Perlindungannya. *Jurnal Hukum Dan Pembangunan*, 39(01), 102–118.
- Kaye, M. (1992). Adult Communication Management in Adult Vocational Education: A Contemporary Australian Perspective. *International Communication Association 42nd Annual Conference*.
- KBID, R. (2019). *Dua Pengembang Lakukan Reklamasi Kenjeran, Dewan Minta Dihentikan*. Kampungberita.Id. <https://kampungberita.id/dua-pengembang-lakukan-reklamasi-kenjeran-dewan-minta-dihentikan/>
- Kriyantono, R., & Sa'diyah, H. (2018). Kearifan Lokal dan Strategi Komunikasi Public Relations di BUMN dan Perusahaan Swasta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 177–188. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jik.v15i2.1480>
- Kusnadi. (2009). *Keberdayaan Nelayan & Dinamika Ekonomi Pesisir*. Ar-Ruzz Media.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Widya Padjadjaran.
- Lune, H. & Berg, B. L. (2017). Qualitative Research Methods for the Social Sciences (9th Edition). In *Pearson Education Limited*. Pearson.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, C., & Widya, I. P. H. (2019). The Movement of Bali Reject Reclamation. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 21–29.
- Nurtyasrini, S., & Hafiar, H. (2016). Pengalaman Komunikasi Pemulung tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri dan Lingkungan di TPA Bantar Gebang. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 04(02), 219–228.
- Pandjaitan, R. H. (2015). Interelasi Manajemen Emosi Komunikasi dan Prinsip Kepatutan Sebagai Jembatan Jurang Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 235–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jik.v12i2.473>

- Permana, R. S., & Suzan, N. (2018). Pengalaman Komunikasi dan Konstruksi Makna “Otaku” bagi Penggemar Budaya Jepang (Otaku). *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 08(01), 13–27.
- Puspasari, R., Hartati, S. T., & Anggawangsa, R. F. (2017). Analisis Dampak Reklamasi terhadap Lingkungan dan Perikanan di Teluk Jakarta. *Jurnal Kebijakan Perikanan Indonesia*, 09(02), 85–94.
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rasi, F. (2019). *Langgar Perda, Begini Reklamasi Pantai Kenjeran Bermula*. Jatimpos.Id. <https://www.jatimpos.id/kabar/langgar-perda-begini-reklamasi-pantai-kenjeran-bermula-b1Xqf9czm>
- Satria, A. (2015). *Pengantar Sosiologi Masyarakat Pesisir*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Seidman, I. (2006). Review of Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences. In *Contemporary Psychology: A Journal of Reviews* (Vol. 37, Issue 7). Columbia University. <https://doi.org/10.1037/032390>
- Soekarno, R. J. (2019). *DPRD Surabaya Ingatkan Warga Jangan Beli Lahan Reklamasi di Kenjeran*. Beritajatim.Com. <https://beritajatim.com/politik-pemerintahan/dprd-surabaya-ingatkan-warga-jangan-beli-lahan-reklamasi-di-kenjeran/>
- Tabrani, S. (2020). Manajemen Komunikasi Pekerja Asing di Indonesia dalam Perspektif Matouschkanian Michael Kaye, *Intelektiva*, 01, 06, 43-54. *Intelektiva*, 01(06), 43–54.
- Utamidewi, W., Mulyana, D., & Rizal, E. (2017). Pengalaman Komunikasi Keluarga pada Mantan Buruh Migran Perempuan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 05(01), 69–80.
- West, R., & Turner, L. H. (2014). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Salemba Humanika.
- Wood, J. T. (2018). *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*. Salemba Humanika.
- Xiao, R., Yu, T., & Hou, J. (2020). Modeling and Simulation of Opinion Natural Reversal Dynamics with Opinion Leader Based on HK Bounded Confidence Model. *Hindrawi Complexity*, 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2020/7360302>
- Yadani, F. (2017). Pengalaman Komunikasi dan Konsep Diri Pengungsi Asal Afghanistan di Kecamatan Rumbai. *JOM Fisip*, 04(02), 1–14.
- Yulianti, R., Ikhwan, M., & Zaman, N. (2015). Urgensi Pengaturan Reklamasi Pantai di Wilayah Pesisir Selatan Madura. *Yustisia*, 04(01), 103–121.

**6. Bukti konfirmasi artikel accepted
(13 Februari 2023)**



**7. Bukti konfirmasi artikel published online
(19 Februari 2023)**

INVOICE

Yogyakarta, 19 Februari 2023

Yth. **Shanice Priscilla Octavia, Nanang Krisdinanto, Akhsaniyah**

Di tempat

Dengan hormat,

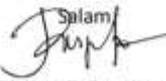
Dengan diterimanya naskah Anda untuk penerbitan di Jurnal ILMU KOMUNIKASI, edisi 20(1), maka bersama ini kami kirimkan invoice biaya pembelian versi cetak edisi di mana naskah Anda akan terbit sesuai dengan kebijakan jurnal kami (bisa dibaca di OJS kami), sbb:

NO	Keterangan	Biaya
1	Pembelian jurnal versi cetak (2 eks versi lengkap & 5 eks versi lepas)	Rp 200.000,-
2	Biaya kirim (GRATIS untuk dalam P.Jawa)	0,-
	TOTAL	Rp 200.000,-

*Penulis yang menghendaki pembelian lebih dari 2 eks & yang berdomisili di luar P. Jawa silakan menginformasikan kepada editor

Harap dapat ditransfer ke CIMB Niaga 7050-8990-4900 an Birgitta Bestari Puspita.

Terima kasih atas kerja sama Anda.


Birgitta B. Puspita

Koordinator Jurnal ILMU KOMUNIKASI