

Penggunaan dan kepentingan Komponen komunikasi:  
satu tinjauan ke atas agensi-agensi pembangunan

Mohd. Yusof Hj. Abdullah

Menurut Rogers (1974) terdapat dua unsur perlu untuk pembangunan berlaku. Pertama ialah teknologi bersesuaian yang selalunya dilahirkan dalam bentuk inovasi-inovasi yang akan dicadangkan oleh agensi-agensi perubahan untuk diterimaguna, dan keduanya ialah aktiviti mengkomunikasikan teknologi ini dari agensi-agensi pembangunan kepada penerima-penerima faedah.

Pandangan ini memberi gambaran bahawa komunikasi merupakan satu daripada komponen penting untuk menggerakkan sesuatu usaha pembangunan. Hal ini telah diakui dalam banyak penyelidikan empiri dan penulisan oleh pengkaji-pengkaji dan sarjana-sarjana komunikasi (lihat Rogers: 1976, 1983; Schramm: 1976; Diaz Bordenave: 1977; Jamias: 1975). Tidak kurang juga banyak seminar, persidangan, bengkel di peringkat kebangsaan dan antarabangsa dianjurkan untuk membincang, menilai dan mencari alternatif-alternatif baru tentang peranan, penggunaan dan kepentingan komunikasi dalam pembangunan.

Ide bahawa komunikasi merupakan input penting dalam program-program pembangunan berakar umbi daripada andaian bahawa manusia boleh dipengaruhi dan dibujuk dengan jentera komunikasi. Selain daripada itu, komunikasi boleh melakukan berbagai fungsi seperti mencetuskan kesedaran, memberitahu, mendidik, mengubah sikap dan mengkoordinasi aktiviti. Komunikasi di sini dimaksudkan sebagai proses manusia berkongsi dan bertukar-tukar informasi melalui media perantaraan yang disengajakan.

Sebelum sesuatu program pembangunan mendapat penerimaan di kalangan penerima-penerima faedah pembangunan tersebut ianya perlu dihebah, diberitahu dan disedarkan, dan lazimnya kejayaan usaha-usaha pembangunan bergantung kepada penglibatan mereka. Di

sini, komunikasi sebagai satu kaedah digunakan untuk menghubungkan pihak-pihak yang terlibat dalam program pembangunan. Ia menghubungkan sektor penyelidikan dengan agensi-agensi pembangunan, agensi-agensi pembangunan dengan khalayak sasaran atau penerima faedah dan sebaliknya. Hubungan antara pihak-pihak atau boleh juga dipanggil sektor yang terlibat dalam usaha-usaha pembangunan terjalin melalui sistem komunikasi yang terancang. Sektor di sini dimaksudkan sebagai sebuah badan yang tersusunatur mengandungi personel, peraturan-peraturan dan matlamat-matlamat tersendiri.

#### Agensi Pembangunan

Dari pengertian yang mudah, agensi pembangunan adalah badan yang ditubuhkan khusus untuk merancang, menggerak dan melaksanakan usaha-usaha pembangunan negara. Penubuhannya dipertanggungjawabkan dengan tugas-tugas memajukan, memoden dan membangunkan negara serta rakyat dari segi ekonomi, sosial, politik, rohani dan taraf hidup keseluruhannya.

Kewujudan agensi ini dirasakan perlu untuk bertindak sebagai badan mengkoordinasi aktiviti-aktiviti pembangunan negara. Sebagai sebuah negara yang mendapat mandat dan sokongan rakyat, kerajaan mempunyai obligasi untuk membawakan arus pembangunan kepada rakyat. Agensi-agensi pembangunan dilihat sebagai badan untuk memudahkan usaha-usaha membangunkan negara dilaksanakan.

Lazimnya, agensi pembangunan ditubuhkan di bawah akta Parlimen atau Enakmen negeri dengan bidang kuasa dan peranan-peranan tertentu. Antara agensi-agensi pembangunan yang biasa pada kita ialah Pihak Berkuasa Kemajuan Tanah Persekutuan [FELDA], Pihak Berkuasa Kemajuan Pekebun-pekebun Kecil Getah [RISDA], Lembaga Pertubuhan Peladang [LPP], Lembaga Pemulihan dan Penyatuan Tanah Persekutuan [FELCRA], Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia [LKIM], dan Kementerian Kesihatan yang mempunyai tanggungjawab khusus serta khalayak sasaran tertentu. Lain-lain agensi seperti Jabatan Penerangan ditubuhkan untuk menjalankan tanggungjawab lebih luas

sebagai agensi komunikasi kerajaan dalam memberi penerangan tentang dasar-dasar kerajaan, mewujudkan kesedaran sivik serta mendapatkan sokongan dan penglibatan rakyat terhadap usaha-usaha kerajaan yang bercorak pembangunan.

### Tujuan Tinjauan

Pembangunan adalah satu jenis perubahan sosial yang dirancang. Ini bermakna segala usaha ke arah pencapaian objektif pembangunan itu dirancang dan dilaksanakan secara sedar, teratur dan sistematik. Usaha-usaha seumpama ini diamanahkan kepada agensi-agensi pembangunan. Untuk melaksanakan kerja-kerja ini agensi-agensi pembangunan memerlukan input-input seperti kepakaran kakitangan, kewangan, kemudahan-kemudahan peralatan dan sebagainya. Kelengkapan-kelengkapan ini penting untuk memastikan perkhidmatan-perkhidmatan yang sepatutnya diberikan oleh agensi-agensi berjalan dengan lancar dan seterusnya memastikan kelicinan pelaksanaan aktiviti-aktiviti pembangunan yang diamanahkan.

Jadi, tinjauan ini antara lain bertujuan untuk;

1] melihat kedudukan komponen komunikasi di agensi.

2] melihat kepentingan komponen komunikasi di agensi.

3] melihat penggunaan komponen komunikasi di dalam pelaksanaan aktiviti-aktiviti pembangunan yang diamanahkan.

Untuk tujuan tinjauan ini, sebanyak 16 buah agensi yang mewakili berbagai sektor telah dipilih. Pemilihan agensi-agensi ini berdasarkan keterlibatan mereka dalam usaha-usaha pembangunan samada memberikan perkhidmatan seperti khidmat nasihat, penyaluran maklumat,

permindahan teknologi, menyediakan kemudahabn-kemudahan pemasaran, modal dan bantuan-bantuan lain yang diperlukan.

Agensi-agensi itu adalah;

RISDA

FELDA

FELCRA

LPP

LKIM

KEDA

KEMAS

FAMA

Perbandanan Kemaajuan Kraftangan Malaysia

Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Malaysia

[LPPKN]

Jabatan Hal Ehwal Orang Asli [JOA]

Bank Pertanian Malaysia

Jabatan Perpaduan Negara

Jabatan Penerangan Malaysia

MARDI

Maklumat berhubung dengan agensi-agensi ini diperolehi melalui temubual dengan pegawai perhubungan awam agensi berdasarkan satu set soalidik.

#### Hasil Tinjauan

##### A) Profail Agensi

##### Bentuk dan Kekerapan Berurusan

Kesemua agensi yang ditinjau adalah merupakan agensi yang berbentuk "client-oriented". Ini bermakna agensi-agensi seumpama ini ditubuhkan untuk memberi keutamaan kepada perkhidmatan dan memenuhi keperluan-keperluan orangramai. Justeru itu, kekerapan berurusan dengan orangramai adalah sangat kerap bagi kesemua agensi kecuali MARDI yang mengatakan hanya kerap berurusan dengan orangramai. Ini tidak menghairankan

kerana MARDI merupakan sebuah agensi penyelidikan yang tidak sangat mempunyai hubungan terus dengan orangramai. Biasanya, MARDI lebih kerap berkomunikasi dengan agensi-agensi pembangunan dalam aspek pemindahan teknologi untuk disyorkan diterimaguna oleh penerima-penerima faedah.

Jadual I di bawah memperlihatkan bentuk agensi dan kekerapan berurusan dengan orangramai.

JADUAL 1

Agensi	Bentuk	Kekerapan berurusan		
		SK	K	TK
RISDA	"client-oriented"	X		
FELDA	"	X		
FELCRA	"	X		
LPP	"	X		
LKIM	"	X		
KEDA	"	X		
KEMAS	"	X		
FAMA	"	X		
MARA	"	X		
KRAFTANGAN	"	X		
LPPKN	"	X		
JOA	"	X		
BPM	"	X		
JPN	"	X		
JABATAN PENERANGAN	"	X		
MARDI	"		X	

#### Berkhidmatan

Sebagai badan yang berorientasikan khalayak, agensi-agensi ini dilihat sebagai untuk memberikan perkhidmatan-perkhidmatan kepada khalayak sasaran tertentu. Hasil tinjauan menunjukkan bahawa kesemua

untuk melaksanakan tanggungjawab dan perkhidmatan. Dalam hal ini, kaedah komunikasi interpersonal dan komunikasi massa menjadi pilihan agensi dalam melaksanakan tugas mereka.

Telah diakui umum bahawa strategi komunikasi yang berkesan selalunya mengandungi pendekatan-pendekatan pelbagai media [multi-media]. Pengembelangan pelbagai saluran media ini menjanjikan kesan lebih ke atas usaha-usaha mengkomunikasikan program agensi. Ini adalah kerana kelemahan dan kekurangan sesuatu media dapat ditampung oleh kekuatan dan kelebihan media yang lain. Tambahan pula tidak satupun media atau saluran komunikasi yang sempurna dan berkuasa sepenuhnya. Ada yang sesuai digunakan di dalam keadaan-keadaan tertentu dan ada pula yang kurang berkesan untuk tujuan-tujuan komunikasi tertentu seperti pembujukan.

Dalam konteks inilah, agensi-agensi menggunakan pelbagai media atau saluran untuk berkomunikasi dengan khalayak. Media massa dan saluran bersemuka paling digunakan oleh agensi-agensi. Media massa yang terdiri daripada media elektronik seperti radio, televisyen Malaysia [rtm], TV3, filem dan video dan media cetak seperti akhbar-akhbar di negara ini serta bahan-bahan terbitan agensi sendiri seperti majalah, poster, risalah dan penerbitan berkala merupakan media komunikasi agensi-agensi pembangunan ini dengan khalayak sasaran.

### JADUAL III

#### Kaedah Komunikasi

Interpersonal	Media Massa	Lain-lain
Kakitangan (agen dialog ceramah kursus pemimpin pendapat	radio televisyen filem/video akhbar majalah agensi risalah poster	pameran lawatan

Salah satu ciri agensi pembangunan ialah berorientasikan khalayak dan ini dijalinakan menerusi kekerapannya berurusan atau berhubung dengan khalayak sasaran. Perhubungan sebegini memerlukan kakitangan agensi berhadapan dan bersuamuka dengan khalayak. Justeru itu, kaedah komunikasi interpersonal memang digunakan. Ini boleh digambarkan melalui ramainya bilangan kakitangan yang bertanggungjawab berhadapan dengan khalayak di agensi-agensi tersebut. Setiap agensi mempunyai agen perubahan yang sering berjumpa dan melayan khalayak samada secara perseorangan atau berkumpulan untuk memberikan ceramah, tunjukajar, berdialog dan bersoaljawab terhadap permasalahan.

Satu lagi kaedah yang popular juga di kalangan agensi-agensi ialah pameran dan lawatan. Agensi-agensi selalu mengadakan pameran tentang organisasi dan aktiviti-aktivitinya sebagai satu cara berkomunikasi dengan orang ramai. Lawatan ke kawasan-kawasan projek membantu khalayak mempelajari sambil melihat sendiri perjalanan dan pengurusan projek-projek pembangunan.

#### Bahagian Komunikasi

Setiap agensi mempunyai bahagian sendiri yang menjalankan fungsi-fungsi komunikasi. Walau bagaimanapun, saiz bahagian komunikasi berbeza dari sebuah agensi ke sebuah agensi yang lain. Misalnya, Jabatan Penerangan mempunyai bahagian komunikasi yang besar berbanding dengan FAMA.

Bahagian Komunikasi juga dikenali dengan berbagai-bagai nama. RISDA, misalnya menamakannya sebagai Bahagian Pengembangan, LPP menamakannya Unit Hal Ehwal Awam, bahagian komunikasi KEDA dikenali sebagai Unit Seranta, Hal Ehwal Koperat bagi FAMA, manakala bahagian komunikasi Jabatan Hal Ehwal Orang Asli diletakkan di bawah Bahagian Penyelidikan dan Perancangan.

Walaupun nama yang diberikan, komponen komunikasi wujud di setiap agensi dan ini menunjukkan kepentingan peranan komunikasi di agensi-agensi

tersebut. Bahagian ini bertanggungjawab merancang strategi komunikasi dan pelaksanaannya.

Bahagian komunikasi mempunyai kakitangan yang menjalankan tugas-tugas dalam aktiviti penerbitan, pengembangan, penyelidikan, perancangan, pelaksanaan dan penilaian. Biasanya, tugas-tugas pengembangan dan pelaksanaan di lakukan oleh orang yang sama iaitu pegawai-pegawai luar. Jadual IV menunjukkan bilangan kakitangan yang terlibat dalam aktiviti-aktiviti tersebut. Ada setengah agensi yang memberikan bilangan kakitangan untuk seluruh negara dan ada yang hanya mengemukakan bilangan kakitangan bahagian komunikasi di ibu pejabat sahaja.



## JADUAL IV

Bil. Kakitangan Terlibat Dalam  
Aktiviti-aktiviti Komunikasi

Agensi	Penerbitan	Pengembangan	Penyelidikan	Perancangan	Perlak-sanaan	Peni-laian
RISDA	30	80	-	30	80	-
FELDA	8	529 (seluruh negara)	-	11	529	92
FELCRA	*n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
LPP	3	30	-	15	30	10
LKIM	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
KEDA	2	4	-	10	4	-
KEMAS	3	12,354 (seluruh negara)	3	23	12,354	4
MARA	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Kraftangan	3	3.7	8	18	39	2
LPPKN	5	-	3	-	-	2
JDA	2	-	3	-	-	-
BPM	4	400 (seluruh negara)	2	2	700	2
JPN	6	-	10	4	-	2
JPM	2,150	-	-	-	-	-
MARDI	3	11	17	3	-	-

\* TIADA MAKLUMAT

Semua kakitangan yang berpangkat pegawai ke atas memiliki ijazah dalam berbagai bidang dari universiti-universiti tempatan dan luar negeri. Manakala pegawai luar yang berperanan sebagai agen perubahan berkelulusan Sijil Tinggi Persekolahan dan Sijil Pelajaran Malaysia.

Peningkatan kemahiran dan pengetahuan kakitangan diberi perhatian oleh agensi. Ini terbukti daripada tinjauan yang mendapati kebanyakan agensi [kecuali JOA dan LPPKN] ada memberi latihan kepada kakitangannya. Jenis-jenis latihan mengikut keutamaan adalah seperti dalam Jadual V yang menunjukkan bahawa latihan memahirkan diri untuk berurusan dengan orangramai adalah paling lazim diberi kepada kakitangan.

#### JADUAL V

##### Program Latihan Mengikut Keutamaan

---

1. Perhubungan awam
2. Public speaking (komunikasi perucapan)
3. Latihan menggunakan alat pandang dengar
4. Latihan berkomunikasi
5. Lain-lain: motivasi penyelesaian masalah dan buat-putusan pengurusan

Satu lagi input penting untuk menggerakkan agensi melaksanakan tanggungjawab ialah peruntukan kewangan. Bahagian komunikasi mendapat peruntukan untuk menjalankan aktibiti-aktibiti berkaitan komunikasi agensi-agensi. Dari tinjauan ini didapati bahagian-bahagian komunikasi mendapat anggaran peruntukan dari sebelas ribu ringgit hingga ke 3.4 juta ringgit. [Lihat Jadual VI].

## JADUAL VI

Anggaran peruntukan tahunan bahagian komunikasi

---

Agensi	Jumlah (\$)
JABATAN PENERANGAN	34 juta
RISDA	2.1 juta
FELDA	1.5 juta
KEMAS	1.2 juta
MARA	200 ribu
Bank Pertanian Malaysia	526 ribu
FELCRA	180 ribu
MARDI	90 ribu
KEDA	70 ribu
LPP	40 ribu
Jabatan Hai Ehwai Orang Asli	31 ribu
Kraftangan	15 ribu
LPPKN	15 ribu
FAMA	11 ribu
Jabatan Perpaduan Negara	*n.a.
LKIM	n.a.

\* tidak diperolehi

#### Kesimpulan

Dari maklumat-maklumat yang diperolehi, menunjukkan bahawa komunikasi adalah komponen penting di agensi-agensi pembangunan. Kepentingan komponen ini dapat dilihat dari segi kewujudan bahagian yang merancang dan mengendalikan aktiviti-aktiviti komunikasi, bilangan kakitangan yang terlibat melaksanakan aktiviti-aktiviti tersebut, kelengkapan-kelengkapan yang disediakan dan peruntukan kewangan yang diberi.

Penggunaan komunikasi di agensi-agensi adalah jelas. Komunikasi sebagai satu proses yang disengajakan

dan terancang diperlukan untuk menyokongbantu pembangunan negara. Melalui aktiviti komunikasi, maklumat tentang dasar kerajaan, program-program pembangunan dan inovasi-inovasi dapat disampaikan kepada khalayak. Peranan-peranan komunikasi ini boleh membantu agensi melaksanakan tanggungjawabnya dan seterusnya memaksimakan keberkesanannya.

Namun demikian, komunikasi bukanlah pengubat kepada semua masalah-masalah. Komunikasi semata-mata tidak berupaya untuk mendatangkan kejayaan dan menjanjikan penyelesaian. Untuk itu, peranan sektor-sekto lain adalah perlu. Walaubagaimanapun, tanpa komunikasi, ia akan melambatkan dan juga menyulitkan pembangunan dan seterusnya menjejaskan penglibatan agensi serta khalayak dalam proses pembangunan.

Tinjauan seumpama ini dilakukan untuk melihat kedudukan komponen komunikasi di agensi-agensi pembangunan. Tinjauan ini sedikit sebanyak telah dapat memperlihatkan penggunaan dan kepentingan komunikasi di agensi-agensi tersebut. Ini penting diketahui kerana penyediaan dan penawaran komunikasi yang lengkap adalah perlu untuk menjamin kejayaan usaha-usaha pembangunan.

## Rujukan

Diaz Bordenave, 1977; *Communication and Rural Development*, UNESCO, Paris.

Jamias, Juan F, 1985; *Komunikasi Pembangunan*, terjemahan oleh Samsuddin Abd. Rahim, DBP, Kuala Lumpur.

Rogers, Everett M, 1974; "Communication in Developing" dalam *The Annals*, Volume 412, March 1974.

-----, 1976; (ed) *Communication and Development: Critical Perspectives*, Beverly Hills, Sage Publications.

-----, 1983; *Diffusion of Innovations* (3rd.ed), The Free Press, New York.

Schramm, Wilbur, 1976; *Communication and Change: The Last Ten Years and the Next*, Honolulu, University Press of Hawaii.

Ronny Adhikarya and Royal D. Colle, 1983; *Reaching Out: The Role of Audio Cassette Communication in Rural Development*, AMIC Occasional Paper 19, Singapore.