

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kampanye #SelasaPapua di Instagram @kementerianpupr merupakan strategi komunikasi untuk membangun akuntabilitas Kementerian PUPR dalam pembangunan infrastruktur di Papua. Dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis Van Dijk dan teori retorika Aristoteles, kampanye ini dipahami sebagai bentuk dominasi wacana negara yang dikemas melalui pesan sistematis, formal dan visual yang menonjolkan pencapaian institusi.

Secara tekstual kampanye #SelasaPapua menekankan pencapaian konkret proyek infrastruktur melalui struktur narasi yang deduktif dan terorganisasi. Bahasa yang digunakan menggambarkan pembangunan sebagai sebuah keberhasilan negara, sementara peran masyarakat lokal ditampilkan secara simbolik melalui testimoni dan aktivitas seperti pertanian. Representasi ini tidak berasal dari ruang publik partisipatif, tetapi dari sudut pandang institusional yang memosisikan masyarakat sebagai penerima, bukan pengarah wacana pembangunan

Pada level kognisi sosial, kampanye ini menciptakan skema berpikir yang menempatkan pemerintah sebagai penyelamat dan masyarakat Papua sebagai pihak yang menerima manfaat dengan sikap kooperatif. Namun, peran aktif masyarakat dalam kampanye lebih ditampilkan sebagai hasil, bukan sebagai subjek yang memiliki suara dalam proses. Representasi tersebut tidak muncul dari ruang publik yang terbuka dan partisipatif, melainkan melalui sudut pandang institusional yang dikontrol oleh negara.

Konteks sosial kampanye ini berfungsi sebagai instrumen dominasi diskursif pemerintah yang membingkai isu-isu seperti konektivitas, kesejahteraan dan pemberdayaan sebagai bentuk keberhasilan negara. Namun, konstruksi wacana tersebut cenderung menutupi realitas sosial yang kompleks di Papua, termasuk ketimpangan akses, konflik struktural dan keterbatasan representasi publik.

Penggunaan retorika Aristoteles (*ethos*, *pathos*, *logos*) dalam kampanye ini memperkuat dominasi makna yang dikendalikan oleh negara. Ketiga aspek

tersebut digunakan untuk membangun kepercayaan, sentuhan emosional dan legitimasi logis terhadap narasi pembangunan. Namun, alih-alih membuka dialog atau menghadirkan narasi alternatif, pendekatan retorik ini justru memperkuat posisi negara sebagai satu-satunya sumber makna dan pengendali informasi publik.

Dengan demikian, kampanye ini menampilkan keterlibatan masyarakat dalam bentuk naratif, bukan substansial. Di sisi lain, kampanye juga menghadapi tantangan dalam penyampaian pesan yang kurang menggugah secara emosional dan belum optimal dalam distribusi digital. Ke depan, strategi komunikasi perlu lebih inklusif dan membuka ruang representasi yang setara agar pembangunan benar-benar berpihak pada masyarakat Papua sebagai subjek, bukan hanya objek narasi.

5.2 Saran

Penelitian ini memberikan saran praktis dan teoritis untuk mengoptimalkan kampanye #SelasaPapua dalam menyampaikan informasi pembangunan infrastruktur di Papua.

A. Saran Praktis

a. Bagi Kementerian PUPR:

Komunikasi wacana pembangunan dan glorifikasi capaian pembangunan di Papua melalui akun Instagram @kementerianpupr dapat lebih dikembangkan dan disesuaikan dengan struktur makro, superstruktur dan struktur mikro dari wacana. Selain itu, narasi kampanye ke depan perlu lebih inklusif, dialogis dan membuka ruang representasi alternatif dari masyarakat lokal. Strategi pesan perlu diarahkan untuk mengurangi ketimpangan kuasa simbolik, serta menyertakan narasi personal dan pengalaman langsung dari warga Papua agar makna pembangunan tidak hanya bersumber dari negara, melainkan juga dari mereka yang hidup di dalamnya.

b. Bagi Praktisi Humas Kementerian PUPR:

- Optimalisasi Interaksi Publik: Meningkatkan interaksi publik di kolom komentar untuk membangun komunikasi dua arah dan kepercayaan audiens.

- Variasi visual dan Format Konten: Lebih variatif dan kreatif seperti quiz story, reels interaktif, carousel edukatif, infografis dan storytelling masyarakat lokal. Ekspansi Konten Kreatif di Seluruh Media Sosial. Memperluas distribusi kampanye dengan aktif ke platform lain seperti YouTube, TikTok, Facebook dan Twitter/X.
- Kolaborasi dengan Influencer Lokal dan KOL: Berguna untuk memperkuat pesan autentik dan kedekatan emosional dengan audiens.
- Penguatan Strategi SEO dan Tagline yang Lebih Optimal: Penggunaan SEO yang lebih kuat dan tagline yang mudah diingat seperti "Papua Maju" untuk meningkatkan visibilitas kampanye.

B. Saran Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji kampanye pemerintah terkait Papua dengan fokus pada aspek representasi, relasi kuasa dan ruang partisipasi kelompok marjinal. Penelitian juga dapat diperluas ke berbagai platform media untuk memahami bagaimana medium memengaruhi gaya komunikasi dan persepsi publik. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan studi komunikasi dan kebijakan publik akan memperkaya analisis wacana pembangunan di Papua.