

Manajemen Komunikasi Pelaku Reklamasi Ilegal *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

DOI: 10.24002/jik.v20i1, Juni.5318

Submitted: December 2021

Reviewed: May 2022

Accepted: February 2023

Abstract: *This study focuses on the communication management of perpetrators of illegal reclamation practices on the coast of Surabaya called “nggacar”. This study aims to understand the communication management of actors that allowed this practice to be carried out as a regular thing. The study used a qualitative approach with phenomenological methods. The findings show that reclamation actors interpret the reclamation as a legitimate practice and as the indigenous people’s historical right in Kenjeran. Kenjeran people enjoy the economic potential of their ancestral lands as an instrument of protesting against reclamation by large housing developers.*

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

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

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

Data dari Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir 2021 menunjukkan bahwa kondisi nelayan Indonesia makin buruk (Badan Pusat Statistik, 2021, h. 49). Hal ini disebabkan oleh krisis iklim yang membuat laut menjadi lebih berbahaya bagi nelayan untuk melaut. Dengan kata lain, kondisi ekonomi nelayan masih bergulat dengan kemiskinan, meskipun laut memiliki potensi melimpah (Kalalo, 2016, h. 52). Terkait dengan pantai, merujuk kajian Aminah (2015, h. 69) tentang problematika kekuasaan dalam penataan ruang Kota Surabaya, menghasilkan

temuan bahwa Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya mengabaikan perlindungan hutan bakau (mangrove) dan pantai. Pada kawasan tersebut, sebagian ruang diubah menjadi ruang komersial yang merupakan cerminan kekuatan pemilik modal (Hakim, 2021). Meskipun mendapatkan perlawanan dari masyarakat terutama dari 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 oleh karena itu perlu dibangun.

Pada saat bersamaan, muncul fenomena menarik di masyarakat pesisir Pantai Kenjeran, termasuk di Sukolilo Baru, Kecamatan Bulak, yang menjadi lokasi penelitian. Kawasan ini merupakan kampung nelayan karena letaknya berdampingan dengan pantai dan warganya kebanyakan menjadi nelayan. Persoalan tersebut terkait dengan tersedianya lahan yang bisa digunakan menjemur hasil laut dan kesulitan pemukiman selama kurun waktu 30 tahun. Hal tersebut kemudian membuat warga melakukan pengurukan (reklamasi) untuk menciptakan ruang tambahan (Hakim, 2019a).

Sejumlah pihak termasuk DPRD Surabaya melihat tindakan ini sebagai reklamasi ilegal karena melanggar Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Jawa Timur 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). Masalah sengketa hukum muncul ketika terjadi praktik jual beli lahan reklamasi ilegal tersebut (Hakim, 2019a).

Masyarakat nelayan memiliki sejumlah karakteristik, yaitu mempunyai etos kerja tinggi, hubungan sosial amat kuat,

kemampuan adaptasi dan solidaritas sosial, serta kompetitif (Kusnadi, 2009, h. 39). Merujuk karakteristik itu, praktik reklamasi dan jual beli lahan reklamasi tersebut bisa dilihat sebagai bentuk adaptasi masyarakat terhadap masalah ekonomi yang terkait kesulitan lahan penjemuran ikan dan tempat tinggal. Sebelumnya, warga harus menjemur ikan hasil tangkapan di sekitar rumah atau di pinggir jalan karena keterbatasan lahan. Di sisi lain, terdapat pula masalah lahan tempat tinggal. Hal ini menyebabkan banyak rumah di Sukolilo Baru dihuni lebih dari satu keluarga. Tingginya harga tanah atau rumah yang makin sulit dijangkau membuat 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. Sedangkan kelompok kedua adalah warga yang membutuhkan lahan untuk hunian. Menurut Harmaini, Anastasia, Agung, dan Munthe (2016, h. 47), ada identitas sosial yang selalu melekat pada 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.

Pada konteks ini, kajian berfokus pada pengalaman komunikasi pelaku reklamasi terkait aktivitas reklamasi yang dianggap ilegal karena tidak dilakukan dengan izin dari pemerintah daerah. Watzlawick (2014, h. 172) 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 bidang pengalaman yang dimiliki. Ada yang disebut sebagai perspektif ganda ketika seseorang berkomunikasi, yaitu ketika orang 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 & Turner, 2014, h. 13). Hal ini memunculkan pemahaman dengan berdasar pengalaman bersama, yaitu individu sebagai bagian dari kelompok (Kuswarno, 2009, h. 18). Di sisi lain, individu di dalam kelompok memiliki pemahaman dan pemaknaan masing-masing ketika menjelaskan pengalaman mereka.

Pada tulisan ini, peneliti berfokus pada manajemen komunikasi para pelaku reklamasi yang dianggap liar atau ilegal di Sukolilo Baru (Pantai Kenjeran) Surabaya.

Manajemen komunikasi terkait dengan proses interaksi sosial yang memengaruhi pemaknaan atau interpretasi seseorang saat menerima pesan (Kuswarno, 2009, h. 118). Ketika seseorang menginterpretasi pesan, maka terbentuk makna yang menjadi pola dasar dari tindakan orang tersebut. Pada 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.

Manajemen kelompok menarik untuk dieksplorasi terutama terkait kompetensi komunikasi para pelaku reklamasi dalam mempertahankan praktik ini selama puluhan tahun (sejak 1990-an) (Wijayanto, 2019). Respons para pelaku ketika dianggap melakukan praktik ilegal menunjukkan cara 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 Rukun Tetangga (RT), Rukun Warga (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 juga reklamasi yang dilakukan para pengembang di wilayah tersebut (Zahroh, 2017).

Mereka 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 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. Pengalaman pada manajemen komunikasi para pelaku praktik reklamasi ini diurai peneliti menggunakan model manajemen komunikasi yang dikembangkan Kaye (1995, h. 2) 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. Model yang digambarkan Kaye dapat diamati melalui gambar 1.



Gambar 1 Model Manajemen Komunikasi Michael Kaye

Sumber: Kaye (1995, h. 2)

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 komunikasi antarmanusia 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 upaya 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 dan Widya (2019) terkait kasus reklamasi di Bali; Yulianti, Ikhwan, dan Zaman (2015) terkait reklamasi pesisir selatan Madura; Puspasari, Hartati, dan 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 dan Ohoiwutun (2017) tentang masyarakat pesisir di Maluku Tenggara.

Sementara itu, kajian terkait pengalaman atau manajemen komunikasi namun terhadap kelompok yang berbeda pernah dilakukan Tabrani (2020) yaitu terhadap pekerja asing di Indonesia; Nurtyasrini dan Hafiar (2016) yang membahas pengalaman komunikasi terkait kesehatan diri pemulung di TPA Bantar Gebang; Permana dan Suzan (2018) tentang pengalaman komunikasi penggemar budaya Jepang; Yadani (2017) tentang pengalaman komunikasi pengunjung Afghanistan di Kecamatan Rumbai; dan Utamidewi, Mulyana, dan Rizal (2017)

yang mengulas pengalaman komunikasi keluarga mantan buruh migran.

Tema-tema penelitian sebelumnya sangat beragam (baik yang terkait reklamasi maupun pengalaman serta manajemen komunikasi), namun belum ada penelitian yang fokus pada pengalaman atau manajemen komunikasi masyarakat pesisir. 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 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. Melalui penelitian ini, akar persoalan reklamasi ini dapat dilacak, misalnya mengapa praktik ini sulit dihentikan sejak tahun 1990 meski dianggap ilegal dan terus mendapat tekanan dari pemerintah kota. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yang memang berfokus pada pengalaman dan pemaknaan individu, serta menguraikan fenomena dari sudut pandang pihak yang mengalaminya.

Deskripsi data pengalaman dan pemaknaan para pelaku reklamasi ini akan memiliki signifikansi praktis dalam pencarian solusi. Pada sisi 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 pada 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).

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yang memfasilitasi peneliti untuk memahami pengalaman dan manajemen komunikasi pelaku reklamasi dari sudut pandang mereka sendiri. Pada proses pengumpulan data di lapangan peneliti menjalankan 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).

Pada 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 demikian, subjek penelitian merasa nyaman dan bisa menceritakan pengalamannya tanpa dibebani asumsi peneliti.

Secara formal, subjek penelitian dipilih dengan mempertimbangkan hal-hal berikut: 1) mengalami peristiwa yang diteliti; 2) bisa menceritakan peristiwa yang dialami; 3) suka rela menjadi subjek riset (Creswell, 2007, h. 118). Pada riset ini, syarat-syarat formal tersebut menuntun peneliti untuk mendapatkan subjek penelitian dari kalangan nelayan pelaku reklamasi di Sukolilo Baru, Kecamatan 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 dapat dilihat melalui tabel 1.

Tabel 1 Daftar Subjek Penelitian

No.	Nama	Usia	Pekerjaan	Keterangan
1	Anang Purwanto	47	Nelayan	<ul style="list-style-type: none"> Ketua RW 02, Kelurahan Sukolilo Baru, Kecamatan Bulak, Surabaya dan Wakil Ketua Paguyuban Udang Rebon. Punya lahan reklamasi untuk penjemuran ikan.
2	Hamukah	58	Nelayan	<ul style="list-style-type: none"> Tetua Sukolilo Baru, anggota Paguyuban Udang Rebon, dan Wakil DPD HNSI Cabang Surabaya. Memiliki lahan reklamasi untuk rumah sekaligus penjemuran.
3.	Rochman	49	Nelayan	<ul style="list-style-type: none"> Penduduk asli Sukolilo Baru. Punya dua lahan reklamasi untuk tempat tinggal dan lahan penjemuran.
4.	Aunun Rofiq	52	Nelayan	<ul style="list-style-type: none"> Penduduk asli Sukolilo Baru. Memiliki lahan reklamasi yang digunakan untuk rumah sekaligus penjemuran.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Data digali melalui wawancara mendalam. Menurut 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. Proses wawancara dilakukan peneliti dengan terjun ke lapangan pada rentang bulan Januari hingga April 2021.

HASIL

Bagian ini disusun menjadi dua bagian untuk mempermudah memahami hasil penelitian. Bagian pertama akan menguraikan konteks masyarakat Sukolilo, di mana praktik reklamasi yang dianggap liar ini berjalan. Bagian kedua berupaya menyelami cara 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*. 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, 7 April 2021)

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

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, 7 April 2021)

Hamukah dan satu warga yang ikut mengobrol bersama peneliti mengeluhkan bahwa 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 laku 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 (nonnelayan). Warga nonnelayan tidak menganggap proyek ini 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 nonnelayan.

Masyarakat nonnelayan tidak memahami dunia nelayan bekerja, dan nelayan juga tidak memiliki waktu berinteraksi dengan masyarakat nonnelayan, 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 nonnelayan 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, 7 April 2021).

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. 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, 7 Februari 2021)

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 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, nelayan, wawancara, 9 April 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 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, serta 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, *Insy Allah* kelurahan bisa keluarkan petoknya. Tapi *ndak* berani kelurahan itu mengeluarkan petoknya. (Hamukah, nelayan dan tetua Sukolilo Baru, wawancara, 8 April 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 risiko, 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* apa-apa. Itu perjanjian awal. Jadi harus siap, kayak *gitu* itu termasuk risiko. 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, 8 April 2021)

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 makin 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, 7 April 2021).

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.

Terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2010 tentang Reklamasi dan Pascatambang membuat situasi berubah. Aturan ini menyangkut 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, 7 April 2021)

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 merespons laporan itu dengan mengingatkan warga agar tidak menjalankan praktik itu (Soekarno, 2019). Warga 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 *Insy 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, 7 April 2021)

Pada praktiknya, masih ada warga yang mampu secara finansial, tetapi ikut mendaftar agar mendapat kesempatan untuk *nggacar*. Menurut pengakuan Anang (ketua RW), 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. Berdasarkan perhitungan Anang, hingga saat ini terdapat sekitar 130 lahan reklamasi, kurang lebih 80 di antaranya sudah diuruk. 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 yang sama besar jika mereka 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 antarwarga 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, dkk., 2016, 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, 9 April 2021)

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 mayoritas dari mereka tidak memiliki kesempatan bergaul dengan orang di luar kelompoknya.

PEMBAHASAN

Kaye (dalam Kuswarno, 2009, h. 118) menjelaskan bahwa jantung komunikasi tidak terlihat di permukaan atau hal-hal yang bisa kasat mata, tetapi pada interpretasi atau makna yang melekat pada pesan. Saat seseorang menyampaikan pesan, interpretasinya terhadap pesan tersebut memengaruhi caranya penyampaiannya. Kemampuan berkomunikasi tidak muncul begitu saja ketika individu lahir, namun kemampuan itu merupakan produk dari

proses pengembangan pengalaman yang dipelajari.

Pada konteks warga Sukolilo Baru, rata-rata penduduk merupakan “penduduk asli” yang tinggal di sana sejak lahir. Adaptasi kebiasaan dan budaya lokal masyarakat setempat diturunkan dari orang tua. Kemampuan subjek penelitian mengonstruksi 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 antarwarga. Manajemen komunikasi menjelaskan cara pembentukan makna di masyarakat. Konstruksi makna yang timbul di Sukolilo Baru adalah hasil dari kesepakatan kolektif yang tumbuh dari nilai, norma, dan budaya warganya.

Tabel 2 merupakan penggambaran singkat dari perumpamaan Kaye mengenai 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

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)

perumpamaan tersebut ke dalam tabel yang merepresentasikan setiap tingkatan komunikasi pelaku *nggacar*. Empat tingkatan proses manajemen komunikasi tersebut saling berhubungan, terutama dalam memengaruhi interpretasi individu.

Jika dimulai dari tingkatan pertama, *the self* berbicara sisi fundamental individu. Tingkatan ini mencerminkan pengelolaan diri (*self-management*) seseorang yang merupakan sisi intrapersonal seseorang (Kuswarno, 2009, h. 119). Pada tingkatan ini, terdapat 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.

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) menuliskan bahwa 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 orang tuanya (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 ditemukan 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*, yaitu bahwa hal ini sah dilakukan selama untuk kepentingan warga. Berangkat dari hal yang fundamental ini, *nggacar* dilihat sebagai jalan keluar dari masalah yang sudah mendarah daging di kampung mereka.

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 makin bertumbuh dan lahan makin 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)

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 pengurukan 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, dan 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 antarwarga yang memengaruhi konstruksi makna *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 memengaruhi cara pandang mereka. Berbicara mengenai konstruksi makna, setiap hari warga saling bertemu dan berinteraksi. Aktivitas ini berperan penting membentuk konstruksi makna di dalam benak tiap individu. Interaksi antarwarga memengaruhi 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 dan 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 pula berhubungan dengan pemerintah. Pada dua subjek lainnya yang merupakan warga biasa yang berprofesi sebagai nelayan, Rochman dan Aunun lebih nyaman menyebut reklamasi dengan *nggacar*, walaupun mereka menyadari orang luar tidak memahami bahasa mereka.

Inilah bukti komunikasi antarindividu dapat saling memengaruhi individu tersebut. Pada 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

apa yang mereka pahami tentang “hak sejarah” warga asli terhadap tanah kelahiran dan nenek moyangnya. Beebe, Beebe, dan Redmond (2011, h. 7) menjelaskan bahwa orang lain memberi makna untuk menyambung perkataan yang kita keluarkan dan pemaknaan yang ingin kita ciptakan. Pada konteks 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, makna aktivitas itu memberi perubahan besar bagi mereka.

Lapisan ketiga adalah *people-in-system* (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 antarmanusia di dalamnya. Kampung Sukolilo Baru merupakan sebuah sistem yang terdiri dari sekelompok manusia yang berkomunikasi dengan satu sama lain.

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)

Mcshane & Glinow dalam Harmaini, dkk. (2016, h. 26) menjelaskan bahwa kohesivitas kelompok merupakan daya tarik yang memotivasi individu tetap berada di dalam kelompok tersebut. Kohesivitas yang terjadi di Sukolilo Baru didasari oleh *social 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. Hal ini merupakan aspek penting yang menumbuhkan mutualisme dalam hubungan antarwarganya.

Sementara itu, 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 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 sering kali 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

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 Nelayan 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> .
Rochman	Warga Nelayan 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)

dianggap memiliki suara kuat dan mampu memberi penyadaran bagi pelaku *nggacar* yang lain. Pada 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” sebagai *change agents* memiliki peran penting dalam pembentukan makna ini.

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

Ketika melakukan wawancara dan observasi di Sukolilo Baru, peneliti menyadari keempat subjek penelitian memiliki derajat kompetensi berbeda. Dua di antaranya *opinion leader* di kampung tersebut dan dua lagi warga biasa yang

berprofesi nelayan. Perbedaan peran antara dua kelompok ini memengaruhi derajat kompetensi mereka terkait *nggacar/reklamasi*. Pemetaan level kompetensi tiap individu bukanlah hal mudah (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 terhadap 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 dan 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, yaitu dari sisi *the self* yang membuatnya aktif menyuarakan aspirasi warga. Ketika diminta memberi pandangan soal penggusuran, jawaban Hamukah juga 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. Pada 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, serta menggerakkannya untuk memperjuangkan reklamasi. Hal ini merupakan *performative competence* dan *deeper level* yang dimiliki Anang.

Pada sisi yang lain, 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 hal-hal 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, 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 cara *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. Moustakas (dalam Permana & Suzan, 2018, h. 15) menyatakan bahwa objek yang terkait dengan pengetahuan harus berdasar pengalaman. Setiap individu memiliki interpretasinya sendiri terhadap pengalaman yang ia temui. Hal ini 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 bahwa tindakan atau perilaku merupakan bentuk pengalaman yang menimbulkan pemaknaan melalui aktivitas spontan. Jika diambil kesimpulan, maka 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). 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 hal yang sudah diwariskan bagi mereka. Hal ini berpengaruh pada keempat tahapan manajemen komunikasi, yakni *the self*, *interpersonal*, *people-in-system*, dan *competence*. 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, dkk., 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 persen 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 bagi 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* di antara pelaku reklamasi (antara pelaku yang berstatus *opinion leader* dan warga biasa).

DAFTAR RUJUKAN

- Aminah, S. (2015). Konflik dan kontestasi penataan ruang Kota Surabaya. *Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 20(1), 59–79.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik sumber daya laut dan pesisir: Perikanan berkelanjutan*. Jakarta, Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Beebe, S. A., Beebe, S. B., & Redmond, M. V. (2011). *Interpersonal communication: Relating to others* (6th ed). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Conklin, T. A. (2014). Phenomenology redux: Doing phenomenology, becoming phenomenological. *Organisation Management Journal*, 11(2), 116–128.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Goldberg, A. A., & Larson, C. E. (2006). *Komunikasi kelompok: Proses-proses diskusi dan penerapannya*. Jakarta, Indonesia: UI Press.
- Hakim, A. (2019a, Oktober 30). *DPRD soroti dugaan reklamasi ilegal di Pantai Kenjeran Surabaya*. *www.antaranews.com* <<https://www.antaranews.com/berita/1137952/dprd-soroti-dugaan-reklamasi-ilegal-di-pantai-kenjeran-surabaya>>
- (2019b, Desember 2). *Puluhan warga Kenjeran surabaya bantah jual beli lahan reklamasi*. *www.antaranews.com* <<https://www.antaranews.com/berita/1189844/puluhan-warga-kenjeran-surabaya-bantah-jual-beli-lahan-reklamasi>>
- (2021, November 15). *Taman hiburan Pantai Kenjeran Surabaya dibuka dengan prokes ketat*. *www.antaranews.com* <<https://www.antaranews.com/berita/2524469/taman-hiburan-pantai-kenjeran-surabaya-dibuka-dengan-prokes-ketat>>
- Harmaini, Anastasia, D. F., Agung, I. M., & Munthe, R. A. (2016). *Psikologi kelompok: Integrasi psikologi dan Islam*. Depok, Indonesia: 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, F. P. (2009). Kebijakan reklamasi pantai dan laut: Implikasi terhadap hak masyarakat pesisir dan upaya perlindungannya. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 39(1), 102–118.
- (2016). *Hukum lingkungan dan kebijakan pertanahan di wilayah pesisir*. Depok, Indonesia: Rajawali Pers.
- Kaye, M. (1992, Mei). *Adult communication management in adult vocational education: A contemporary australian perspective*. Paper presented at International Communication Association 42nd Annual Conference, Miami, Florida.
- (1995). Organisational myths and storytelling as communication management: A conceptual framework for learning an organisation's culture. *Journal of the Australian and New Zealand Academy of Management*, 1(2), 1–13.
- KBID, R. (2019, November 25). *Dua pengembang lakukan reklamasi Kenjeran, dewan minta dihentikan*. *www.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.
- Kusnadi. (2009). *Keberdayaan nelayan & dinamika ekonomi pesisir*. Yogyakarta, Indonesia: Ar-Ruzz Media.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi penelitian komunikasi fenomenologi: Konsep, pedoman dan contoh penelitian*. Bandung, Indonesia: Widya Padjadjaran.
- Lune, H., & Berg, B. L. (2017). *Qualitative research methods for the social sciences* (9th ed). London, UK: Pearson.
- 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*, 4(2), 219–228.
- Pandjaitan, R. H. (2015). Interelasi manajemen emosi komunikasi dan prinsip kepatutan sebagai jembatan jurang komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 235–250.
- 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*, 9(2), 85–94.
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi komunikasi*. Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.
- Rasi, F. (2019, November 27). Langgar perda, begini reklamasi pantai Kenjeran bermula. *www.jatimpos.id*. <<https://www.jatimpos.id/kabar/langgar-perda-begini-reklamasi-pantai-kenjeran-bermula-b1Xqf9czm>>
- Satria, A. (2015). *Pengantar sosiologi masyarakat pesisir*. Sleman, Indonesia: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Seidman, I. (2006). Review of interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences. *Contemporary Psychology: A Journal of Reviews*, 37(7), 717-718.
- Soekarno, R. J. (2019, Oktober 29). DPRD Surabaya ingatkan warga jangan beli lahan reklamasi di Kenjeran. *www.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*, 1(6), 43–54.
- Utamidewi, W., Mulyana, D., & Rizal, E. (2017). Pengalaman komunikasi keluarga pada mantan buruh migran perempuan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 69–80.
- Watzlawick, P. (2014). The interactional view. Dalam E. M. Griffin, A. Ledbetter, & G. Sparks (eds), *A first look at communication theory* (h. 164-174). New York, NY: McGraw Hill.
- West, R., & Turner, L. H. (2014). *Pengantar teori komunikasi: Analisis dan aplikasi*. Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Wijayanto, J. (2019, November 26). Dewan minta reklamasi Kenjeran distop ancang kawasan pesisir surabaya. *www.radarsurabaya.jawapos.com*. <<https://radarsurabaya.jawapos.com/jatim/26/11/2019/dewan-minta-reklamasi-kenjeran-distop-ancang-kawasan-pesisir-surabaya/>>
- Wood, J. T. (2018). *Komunikasi interpersonal: Interaksi keseharian*. Jakarta, Indonesia: 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*, 2020, 1–20.
- Yadani, F. (2017). Pengalaman komunikasi dan konsep diri pengungsi asal Afghanistan di Kecamatan Rumbai. *JOM Fisip*, 4(2), 1–14.
- Yulianti, R., Ikhwan, M., & Zaman, N. (2015). Urgensi pengaturan reklamasi pantai di wilayah pesisir selatan Madura. *Yustisia*, 4(1), 103–121.
- Zahroh, F. (2017). Reklamasi Pantai Ria Kenjeran tembus 100 hektar, warga iri dan beginilah pelampiasannya. *www.jatim.tribunnews.com*. <<https://jatim.tribunnews.com/2017/07/11/reklamasi-pantai-ria-kenjeran-tembus-100-hektar-warga-iri-dan-beginilah-pelampiasannya?page=3>>