

DAFTAR ISI

Model Komunikasi Kyai dengan Santri di Pesantren <i>Mansur Hidayat</i>	385
Komunikasi Simbolik dalam Upacara Pernikahan Manjapuik Marapulai di Nagari Paninjauan Sumatera Barat <i>Lusiana Andriani Lubis dan Zikra Khasiah</i>	396
Pola Komunikasi Konselor dan Narapidana <i>Arif Wibawa, Yenni Sri Utami, dan Siti Fatonah</i>	410
Generasi Muda Suku Batak Karo di Yogyakarta <i>Bastanta Bernardus Peranginangin dan Yudi Perbawaningsih</i>	425
Konstruksi Realitas dalam <i>Infotainment Silet</i> <i>Siti Mariyam</i>	437
Model Komunikasi Pemasaran untuk Pemberdayaan Perempuan pada Sektor Informal di Yogyakarta <i>Sauptika Kancana, Puji Lestari, dan Fera Nurficalhyanti</i>	444

MODEL KOMUNIKASI KYAI DENGAN SANTRI DI PESANTREN

Mansur Hidayat

Program Pascasarjana Jurusan Interdisciplinary Islamic Studies, Konsentrasi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga, Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281. No.Hp. 085740324331,
Email: mansurhidayat.id@gmail.com

Abstract

The existence of Islamic boarding school (pesantren) can't be separated from the figure of a clerics (kyai) and the communication between clerics and students (santri). Using qualitative research approach, this study aims to to prepare, understand and analyze communication models between clerics and students in Pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah. Communication Model between clerics and students in Islamic boarding school is influenced by the concept of Morals, status and charisma of clerics. Moral education is a way to establish communication that facilitates management of transfer of knowledge to students. Status and charisma of clerics are enhancer factor communicator legitimacy in the context of Islamic boarding school. The research concludes that the construction of communications models of clerics and students was formed by high-intensity interactions between clerics and students.

Key Words: Communication Patterns, Kyai, Islamic Boarding School, Santri.

Abstrak

Keberadaan pesantren tak bisa dipisahkan dari sosok kyai dan komunikasi yang dilakukan terhadap santri. Menggunakan metodologi kualitatif, penelitian ini ingin menyusun, memahami, dan menganalisis model komunikasi kyai dengan santri di Pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah. Model komunikasi Kyai dengan Santri di Pesantren dipengaruhi oleh konsep Akhlak, Status Kyai dan Kharisma Kyai. Pendidikan akhlak merupakan cara membentuk komunikasi dalam pesantren yang memudahkan manajemen transfer ilmu ke santri. Status dan kharisma Kyai merupakan faktor penambah legitimasi komunikator dalam konteks pondok pesantren. Penelitian menyimpulkan bahwa konstruksi model komunikasi kyai dan santri terbentuk dari intensitas interaksi yang tinggi antara kyai dengan santri.

Kata Kunci : Pola Komunikasi, Kyai, Pesantren, Santri.

Pendahuluan

Mengutip dari Paul Latzlawick "*People cannot not communicate*" (manusia tidak bisa tidak berkomunikasi), dengan kata lain komunikasi adalah salah satu kebutuhan primer manusia (Mulyana, 2004). Jadi dengan kata lain bagaimana kualitas berpikir manusia dapat dilihat dari kualitas komunikasi yang dijalankan. Manusia sebagai individu dalam berkomunikasi dipengaruhi dalam beberapa hal yang dapat dibedakan lagi menjadi dua faktor utama, personal dan situasional. Faktor personal terdiri dari faktor biologis dan faktor sosiopsikologis.

Menurut faktor situasional perilaku manusia dipengaruhi oleh lingkungan yang berupa faktor ekologis, misalnya kondisi alam atau iklim, faktor rancangan dan arsitektural, misalnya penataan ruang, faktor temporal, misalnya keadaan emosi, suasana perilaku, misalnya cara berpakaian dan cara berbicara, teknologi, faktor sosial, mencakup sistem peran, struktur sosial dan karakteristik sosial individu, lingkungan psikososial yaitu persepsi seseorang terhadap lingkungannya, stimulasi yang mendorong dan memperteguh perilaku (Fuad dkk, 2013).

Menurut Fiske (2012:1) komunikasi diartikan sebagai salah satu aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki definisi yang tidak terhingga seperti saling berbicara satu dengan yang lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut kita, karya sastra, dan masih banyak lagi. Selanjutnya Uchayana (2002:11) mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran dapat berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan dapat berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Jadi, lingkup komunikasi menyangkut persoalan-persoalan yang ada kaitannya dengan substansi interaksi sosial orang-orang dalam masyarakat, termasuk konten interaksi (komunikasi) yang dilakukan secara langsung maupun dengan menggunakan media komunikasi (Burhan, 2014:31).

Sedangkan dalam perkembangannya, ilmu komunikasi terbagi menjadi dua perspektif utama. Pertama perspektif proses yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Dalam perspektif ini mereka tertarik dengan bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan dan menerjemahkannya, serta bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi. Perspektif kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Hal ini berkenaan dengan bagaimana pesan berinteraksi dengan orang-orang dalam menghasilkan makna (Fuad dkk, 2013:198).

Perubahan yang terjadi khususnya adalah kondisi lingkungan sekitar pesantren yang kondusif, salah satu para-

meternya adalah santri pesantren tersebut yang mayoritas mahasiswa ternyata memiliki kegemaran mendengarkan lagu-lagu bernuansa islami dan senang dalam bermain rebana, bahkan musik yang mereka simpan dalam *smartphone* mereka salah satunya adalah musik-musik islami dan musik rebana. Musik rebana sendiri adalah musik islami yang berisikan puji-pujian kepada Allah SWT, maupun Nabi Muhammad SAW, hal ini sangat kontras dengan kondisi mahasiswa pada umumnya dimana mereka cenderung menggemari musik yang sedang populer di masyarakat saat ini. Bagi peneliti hal ini merupakan kondisi yang menarik dimana lingkungan pondok berhasil membentuk budaya mereka sendiri (Fuad dkk, 2013:200).

Definisi Kyai dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2014) adalah sebutan bagi alim ulama' (orang yang cerdas dan pandai dalam agama Islam). Sedangkan dalam Ensiklopedi Islam Indonesia (1992:562) disebutkan bahwa kyai di kalangan masyarakat tradisional Jawa, merupakan tokoh keagamaan kharismatik yang bisa dibandingkan dengan ajengan di masyarakat Jawa Barat, syekh di masyarakat Minangkabau Sumatera Barat. Untuk penyebutan istilah kyai di Indonesia memang berbeda-beda, tetapi substansinya memiliki peran dan tugas yang sama. Untuk persoalan ini, Ali Maschan Moesa (Syamsul, 2010:280) berkata; "ulama juga mempunyai sebutan yang berbeda di setiap daerah, seperti kyai (Jawa), ajengan (Sunda), tengku (Aceh), syekh (Tapanuli), buya (Minangkabau), tuan guru (Nusa Tenggara, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur dan Kalimantan Tengah)". Selain itu, terdapat sebutan 'kyai', yang merupakan gelar kehormatan bagi para ulama pada umumnya. Oleh karena itu, sering dijumpai di pedesaan Jawa panggilan 'Ki Ageng' atau 'Ki Ageng/Ki Gede', juga 'Ki Haji' (Isma'il, 1997: 63).

Demikianlah gelar bagi ulama yang dijumpai di berbagai tempat di wilayah Indonesia, khususnya Jawa. Bagaimanakah gelar kyai tersebut diperoleh dan syarat-syarat apa yang harus dimiliki untuk bisa disebut 'kyai'? Sebenarnya gelar kyai tersebut adalah sebuah gelar yang langsung diberikan oleh masyarakat kepada seseorang yang dianggap memiliki kualitas dan kapabilitas sebagai seorang kyai.

Dalam masyarakat daerah pedesaan di Jawa, ada kelompok komunitas muslim yang disebut santri. Santri adalah mereka yang dengan taat melaksanakan perintah agamanya, yaitu Islam (Iva, 2011:32). Sedangkan asal-usul perkataan santri menurut Rizki (2010:3-4) setidaknya ada 2 pendapat yang dapat dijadikan rujukan. Pertama santri berasal dari kata "Santri" dari bahasa sansekerta yang artinya melek huruf. Kedua, kata santri yang berasal dari bahasa Jawa "Cantrik" yang berarti seseorang yang mengikuti seorang guru kemanapun pergi atau menetap dengan tujuan dapat belajar suatu keilmuan kepadanya.

Pengertian ini senada dengan pengertian santri secara umum, yakni orang yang belajar agama Islam dan mendalami agama Islam di sebuah pesantrian (pesantren) yang menjadi tempat belajar bagi para santri. Jika dirunut dengan tradisi pesantren, terdapat dua kelompok santri, yakni:

Santri mukim yakni murid-murid yang berasal dari daerah jauh dan menetap di pesantren. Santri yang sudah lama mukim di pesantren biasanya menjadi kelompok tersendiri dan sudah memikul tanggung jawab mengurus kepentingan pesantren sehari-hari, seperti halnya mengajar santri-santri muda tentang kitab-kitab tingkatan rendah dan menengah.

Santri kalong adalah murid-murid yang berasal dari desa sekelilingnya,

yang biasanya mereka tidak tinggal di pesantren kecuali kalau waktu-waktu belajar (sekolah dan mengaji) saja, mereka bolak-balik (nglaju) dari rumah.

Pesantren berasal dari kata *pe-santri-an* yang berarti tempat tinggal santri atau yang dikenal sebagai murid. Pondok berasal dari kata *funduuq* dari bahasa arab yang berarti penginapan atau asrama. Di dalam pesantren/pondok pesantren kebanyakan dipimpin oleh seorang kyai dan dibantu oleh murid-murid yang telah di tunjuk untuk mengelola pesantren serta mengelola organisasi atau lembaga yang berada dalam pesantren tersebut. Pesantren merupakan institusi pendidikan tertua yang ada di Indonesia yang telah menjadi produk budaya Indonesia dan mengadopsi sistem pendidikan keagamaan yang berkembang sejak awal kedatangan Islam di Nusantara. Pesantren tumbuh dan berkembang melayani berbagai kebutuhan masyarakat, sebagai warisan budaya umat Islam Indonesia. Pesantren merupakan penghubung antara masyarakat pelosok pedesaan yang belum pernah tersentuh pendidikan modern ketika masyarakat membutuhkan pendidikan (Alim, 2010).

Karel A. Steenbrink dalam bukunya *Pesantren Madrasah Sekolah* (Syamsul, 2010:280) berkata: Dalam masyarakat tradisional, seorang dapat menjadi kyai atau disebut kyai karena ia diterima masyarakat sebagai kyai, karena orang yang datang meminta nasehat kepadanya, atau mengirimkan anaknya supaya belajar kepada kyai. Memang, untuk menjadi kyai tidak ada kriteria formal seperti persyaratan studi, ijazah dan sebagainya. Akan tetapi ada beberapa syarat non-formal yang harus dipenuhi oleh seorang kyai, sebagaimana syarat non-formal untuk menentukan seseorang menjadi kyai besar dan kecil. Seorang yang berhak menyandang gelar kyai,

seperti dalam penjelasannya Ronald Alan Lukens-Bull, paling tidak harus memiliki empat komponen, yakni: pengetahuan, kekuatan spritual, keturunan (spritual maupun biologis), dan moralitas. Senada dengan ini, Manfred Ziemek menyebutkan bahwa seorang dapat disebut kyai apabila memenuhi beberapa kriteria, yakni: *pertama*, berasal dari suatu keluarga kyai di lingkungannya agar dapat menggunakan kesetiaan kerabat dan masyarakatnya. *Kedua*, sosialisasi dan proses pendidikannya dalam sesuatu pesantren terpadang yang dilengkapi dengan pengalaman dan latar belakang kepemimpinan yang telah ditanamkan. *Ketiga*, adanya kesiapan pribadi yang tinggi untuk bertugas, yakni kemauan untuk mengabdikan kehidupan pribadinya demi tugasnya di pesantren. *Keempat*, sebagai pemimpin agama dan masyarakat untuk bekerja secara suka rela guna membangun dan membiayai pesantren. *Kelima*, mampu mengumpulkan dana dan bantuan tanah wakaf dari warga ekonomi menengah ke atas. Persyaratan lain yang diberikan H. Aboe Bakar Aceh untuk seorang kyai dan sekaligus bisa menunjukkan kebesarannya yakni: 1. Pengetahuannya, 2. Kesalehannya, 3. Keturunannya, dan 4. Jumlah muridnya.

Selanjutnya, Kyai merupakan figur sentral dalam dunia pesantren dan juga faktor determinan terhadap maju dan mundurnya sebuah pondok pesantren termasuk pendidikan dan sistem kurikulumnya bahkan ada pesantren yang tidak menerapkan sistem kurikulum, merupakan hak prerogatif kyai (Sri, 2014:631). Dhofier menyebut kyai adalah sebagai elemen yang paling esensial dari pesantren yang seringkali disebut sebagai pendiri pesantren. Dalam penelitiannya, asal-usul penyebutan kyai dalam bahasa jawa digunakan dalam tiga jenis gelar yang berbeda yaitu ;

(1) Sebagai gelar kehormatan untuk barang-barang yang antik dan berharga seperti penyebutan 'Kyai Garuda Kencana' bagi kereta emas di Keraton Yogyakarta, (2) Gelar kehormatan bagi orang tua pada umumnya, (3) Gelar yang diberikan oleh masyarakat kepada seorang ahli agama atau menjadi pimpinan pesantren dan mengajar kitab-kitab Islam klasik kepada santrinya. Penyebutan gelar yang ketigalah yang digunakan dalam penelitian ini untuk menyebut seorang kyai, yaitu suatu gelar yang diberikan kepada seseorang yang menjadi pendiri dan pemimpin pesantren.

Selanjutnya pendidikan model pesantren (Syamsul, 2010:273-274) memiliki beberapa karakteristik unik bila dibandingkan dengan sistem pendidikan lainnya. Karakteristik itulah yang banyak berpengaruh dalam membentuk karakter manusia-manusia yang 'berwatak' khas, seperti: populis, *nerimo ananing pandum*, suka berderma, ikhlas serta karakter-karakter yang lain yang amat jarang ditemukan dalam masyarakat modern saat ini. Karena dasar tujuan didirikannya pesantren adalah menciptakan dan mengembangkan kepribadian muslim, yakni kepribadian yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar, maka wajar kalau seseorang yang belajar di pesantren disebut dengan istilah santri. Istilah ini menurut Manfred Ziemek (1986:95), terdiri dari kata '*sant*' (manusia baik) dihubungkan dengan suatu kata '*tri*' (suka menolong). Jadi pesantren berarti tempat pendidikan manusia baik-baik. Sebetulnya tidak ada tujuan pendidikan pesantren yang secara eksplisit tertera dalam anggaran dasar seperti yang terjadi pada pendidikan formal. Hal ini diakibatkan oleh sifat kesederhanaan pesantren yang sesuai dengan dasar berdirinya yaitu semata-

mata untuk beribadah dan tidak pernah ditujukan dengan tujuan tertentu dalam lapangan kehidupan. Tujuan pesantren tidak semata-mata untuk memperkaya pikiran murid dengan penjelasan-penjelasan, tetapi untuk meningkatkan moral, melatih dan mempertinggi semangat, menghargai nilai-nilai spiritual dan kemanusiaan, mengajarkan sikap dan tingkah laku yang jujur dan bermoral dan menyiapkan murid untuk hidup sederhana dan bersih hati.

Penelitian ini mengkaji pola komunikasi antara kyai dengan santri di pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah Semarang. Pola Komunikasi yang dimaksud dalam penelitian yakni pola komunikasi seorang kyai sebagai pemimpin pondok pesantren dengan para santrinya. Sehingga dalam penelitian ini pesantren yang dimaksud diposisikan sebagai sebuah organisasi yang dijadikan sebagai sasaran dalam penelitian. Signifikansi penelitian ini terletak pada pengetahuan mengenai pola komunikasi yang dianggap penting khususnya pola komunikasi seorang atasan dengan bawahan, yang nantinya dari pola komunikasi tersebut dapat diprediksi proses komunikasi yang sedang atau akan berlangsung, sehingga proses komunikasinya dapat berjalan dengan seimbang (Sri, 2014:630).

Pesantren adalah sebuah kehidupan yang unik, sebagaimana dapat disimpulkan dari gambaran lahiriahnya. Secara fisik, pesantren adalah sebuah kompleks yang umumnya berbeda dari kehidupan sekitarnya. Dalam kompleks itu terdiri atas beberapa bangunan yaitu: rumah kediaman pengasuh (kyai), sebuah aula atau masjid, tempat pengajaran diberikan, dan asrama tempat tinggal para siswa pesantren/santri. Wahjoetomo menyatakan hal yang serupa bahwa kompleks pesantren minimal terdiri atas rumah kediaman kyai, masjid atau musholla,

dan asrama santri. Tidak ada model atau patokan tertentu dalam pembangunan fisik pesantren, sehingga penambahan bangunan dalam lingkungan pesantren hanya mengambil bentuk improvisasi belaka (Loubna dan Faturochman, 2004:33).

Penelitian ini menjadi menarik sebab beberapa alasan, pesantren adalah lembaga pendidikan yang dikembangkan dengan manajemen yang unik, yaitu penerapan nilai-nilai agama yang dijadikan basis pengembangan organisasi di setiap perubahan zaman (Kementerian Agama RI, 2012). Pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah adalah pesantren dengan sistem pengajaran salafiyah yang diapdankan dengan fasilitas yang cukup modernis. Disamping itu, Pesantren Raudhatul Qur'an ini dikenal sebagai pesantren yang unik karena para santrinya berasal dari berbagai lembaga pendidikan dari mulai pendidikan dasar sampai dengan mahasiswa pascasarjana dan berasal dari beragam kampus dan berbagai jurusan/konsentrasi di Kota Semarang, Jawa Tengah, dan bahkan ada yang juga kuliah diluar kota. Maka tidak mengherankan apabila pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah ini menjadi *role-model* pesantren mahasiswa yang ada di Indonesia.

Secara teoretis penelitian dalam bidang ini penting dilakukan guna mengangkat pengetahuan model komunikasi timur menjadi ilmu pengetahuan. Bahwa masyarakat Asia memiliki khazanah kajian ilmu pengetahuan komunikasi yang khas, yang amat penting untuk dipahami dan dikembangkan lebih lanjut. Secara empiris penelitian ini penting dilakukan guna mereduksi stigma negatif santri di pesantren yang mana selama ini sering terlihat eksklusif dan jarang membaur dengan masyarakat setempat. Mengetahui salah satu model komunikasi yang terdapat di Pesantren terutama Pesantren Raudhatul Qur'an

An-Nasimiyyah antara kyai dengan santrinya diharapkan dapat memberikan perspektif baru kepada masyarakat awam dan para santri tentang bagaimana berkomunikasi secara Islami. Tujuan dari pada penelitian ini adalah dalam rangka menyusun, memahami dan menganalisis model komunikasi antara kyai dengan santri, khususnya di pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah Semarang.

Dari ragam penjelasan teori diatas kiranya terdapat relevansi yang penting untuk menjelaskan pembahasan dalam kaitannya tentang pola komunikasi kyai dengan santrinya di sebuah pesantren. Dalam kaitannya dengan hal ini penulis mengambil teorinya McLuhan tentang komunikasi antar budaya.

Metode Penelitian

Terdapat dua pendekatan utama yang kedudukannya sejajar dalam memandang manusia (pasif-aktif), yaitu pendekatan objektif (*behavioristik dan struktural*) dan pendekatan subjektif (*fenomenologis atau interpretif*). Pada pendekatan objektif, dunia sosial dianggap mirip dengan dunia fisik, sebagai sesuatu yang konkret dan terpisah dari orang yang mengamatinya, dengan suatu struktur yang harus dan dapat ditemukan. Sementara itu, pendekatan subjektif (*fenomenologis*) meyakini realitas sosial sebagai kondisi yang cair dan mudah berubah melalui interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini diarahkan untuk memahami perilaku manusia dari kerangka berpikir pelaku itu sendiri (Fuad, 2013:200).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi fenomenologi. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Metode ini digunakan karena mampu menjelaskan hubungan antar kategori yang nantinya ditemukan dan disusun dalam penelitian ini. Metode kualitatif

juga mampu menggambarkan dan menganalisis pola perilaku manusia.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi fenomenologi. Fenomenologi berusaha untuk memahami bagaimana seseorang mengalami dan memberi makna pada sebuah pengalaman. Fenomenologi berusaha mendekati objek kajian secara konstruktivis serta pengamatan yang cermat, dengan tidak menyertakan prasangka oleh konsepsi-konsepsi manapun sebelumnya. Fenomenologi akan berusaha memahami pemahaman informan terhadap fenomena yang muncul dalam kesadarannya, serta fenomena yang dialami oleh informan dan dianggap sebagai entitis sesuatu yang ada dalam dunia. Metode ini digunakan karena struktur kesadaran dalam pengalaman ini pada akhirnya membuat makna dan menentukan isi dari pengalaman.

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran secara lebih mendalam mengenai bentuk komunikasi dari kyai, dimana mereka merupakan orang-orang yang tumbuh, berkembang dan belajar dalam *frame* pendidikan Islam, dimana Al-Quran sebagai sumber utama keilmuan mereka. Perilaku mereka sehari-hari akan dinilai untuk kemudian disusun dan sebagai model komunikasi antara kyai dengan santrinya. Sehingga, secara spesifik metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi sosial Schutz. Mengacu pada pendapat Cresswel, fenomenologi sosial berfokus pada bagaimana anggota masyarakat menggambarkan dunia keseharian, khususnya bagaimana individu secara sadar mengembangkan makna dari hasil interaksinya dengan orang lain.

Metode Pengumpulan Data

Terdapat empat tipe utama data, meliputi data observasi, data *interview*, dokumen dan data audio-visual. Dalam penelitian ini, data yang digunakan berupa hasil wawancara (*data interview*),

sehingga teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui wawancara mendalam (*depth interview*) dan observasi partisipan kepada informan, hal ini dilakukan karena melalui metode inilah didapatkan esensi fenomena dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir distorsi data yang dapat menghilangkan esensi dari penelitian. Observasi partisipan merupakan teknik berpartisipasi yang sifatnya interaktif dalam situasi yang alamiah dan melalui penggunaan waktu serta catatan observasi untuk menjelaskan apa yang terjadi. Observasi partisipan pada dasarnya berarti mengadakan pengamatan dan mendengarkan dengan secermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya sekalipun. Bogdan juga melengkapi bahwa observasi partisipan adalah penelitian yang bercirikan interaksi sosial yang memakan waktu cukup lama antara peneliti dengan subjek dalam lingkungan subjek, dan selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis dan berjalan tanpa gangguan.

Dalam observasi partisipan, ada banyak kategori peran partisipan yang terjadi dilapangan penelitian kualitatif, yaitu ; (a) Peran serta lengkap. Pengamat dalam hal ini menjadi anggota penuh dari kelompok teramati. Ia akan memperoleh informasi apapun yang dibutuhkan, termasuk yang dirahasiakan, (b) Peran serta sebagai pengamat. Peneliti berperan sebagai pengamat (*fly on the wall*). Kalaupun ia menjadi anggota, ia hanya berpura-pura saja, tidak melebur secara fisik maupun psikis dalam arti yang sesungguhnya, (c) Pengamat sebagai pemeran serta. Pengamat yang secara terbuka oleh umum disponsori oleh subjek. Karena itu segala macam informasi akan mudah diperolehnya, (d) Pengamat penuh. Kondisi ini biasanya kedudukan antara pengamat dengan teramati dipisah oleh satu dinding pemisah yang hanya meneruskan informasi satu

arah saja. Subjek tidak merasa sedang diamati.

Penelitian ini menggunakan sistem peran serta lengkap, dimana peneliti menjadi pengamat dalam hal ini menjadi anggota penuh dari kelompok teramati selama lebih kurang 3 tahun dimulai sejak 3 Juli 2013 sampai dengan saat ini (27 Maret 2016) penulis masih rutin berkunjung ke tempat penelitian, baik kapasitasnya sebagai anggota maupun sebagai peneliti. Sehingga dapat memperoleh informasi apapun yang dibutuhkan, termasuk yang dirahasiakan.

Kriteria informan dalam penelitian fenomenologi adalah orang-orang yang mengalami langsung suatu fenomena yang hendak diteliti dan dapat mengartikulasikan pengalaman-pengalaman sadarnya. Cresswell berpendapat hal terpenting di dalam penelitian fenomenologi adalah mendeskripsikan makna atas sejumlah kecil orang yang mengalami suatu fenomena. Sehingga berapapun jumlah informan bukan menjadi ukuran, selama sudah mampu memberikan informasi yang cukup. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis mewawancarai 4 Kyai, yakni utamanya kyai dari pesantren tempat penelitian dengan ditambah kyai dari 3 pondok pesantren. Informan yang membantu dalam menggali model komunikasi interpersonal ini adalah kyai yang dipilih melalui beberapa kriteria. Kriteria informan dalam penelitian ini antara lain ; (a) Merupakan seorang pendakwah, (b) Pernah dan atau aktif sebagai pengurus lembaga dan atau organisasi Islam, (c) Pernah mengenyam dan menyelesaikan pendidikan sebagai santri di Pesantren, (d) Pernah mengenyam dan menyelesaikan pendidikan tinggi baik keilmuan umum maupun keagamaan.

Sedangkan informan dengan santri berjumlah 8 orang yang terlibat aktif sebagai pengurus maupun sebagai santri pondok pesantren.

Metode Analisis Data

Analisis data adalah analisis terhadap data yang telah tersusun atau data yang telah diperoleh dari hasil penelitian di lapangan. Dalam hal ini penulis menggunakan metode data kualitatif yaitu proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis, transkrip, wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang dikumpulkan untuk menemukan makna terhadap data-data tersebut agar dapat diinterpretasikan temuannya pada orang lain (Nurul, 2006:217).

Analisis data pada penelitian kualitatif ini bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu kemudian disimpulkan sehingga menjadi data yang valid, mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penulis menggunakan analisis data di lapangan dengan model Miles dan Huberman, yaitu pengumpulan data dilakukan secara berulang-ulang sampai tuntas dan data dianggap kredibel (Sugiyono, 2009:9). Adapun langkah-langkah proses analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ; (a) *Data reduction* (reduksi data). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksikan memberikan data yang lebih jelas dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data mengenai pola komunikasi kyai dengan santri di pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah Semarang yang dikumpulkan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk kemudian dijadikan rangkuman, (b) *Data display* (penyajian data). Penyajian data adalah suatu cara merangkai data dalam suatu organisasi yang memudahkan untuk membuat kesimpulan/tindakan

yang diusulkan (Ali, 1993:167). Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah *mendisplaykan* atau menyajikan data. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan informasi, dari informasi yang kompleks ke informasi yang sederhana sehingga mudah dipahami maksudnya, (c) *Conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan). Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi (Sugiyono, 2009:15). Penulis dalam melakukan penarikan kesimpulan dengan mencermati dan menggunakan pola pikir yang dikembangkan. Penarikan kesimpulan dari hasil penelitian ini menjawab semua rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Ringkasnya, dalam analisis data ini peneliti menggunakan analisis deskriptif yaitu penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan hasil penelitian tentang bagaimana model komunikasi kyai dengan santri di pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah Semarang.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Model komunikasi kyai dengan santri yang ada di Pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah Semarang ini yang menjadi fokus penelitiannya model komunikasi organisasi, dimana dalam komunikasi organisasi terdapat teori budaya organisasi sebagaimana yang dijelaskan oleh Littlejohn dan Karen A. Foss (2012:282) yakni teori-teori tentang

budaya organisasi menekankan pada cara-cara manusia membentuk realitas organisasi. Sebagai penelitian tentang cara hidup organisasi, pendekatan ini melihat pada makna dan nilai anggota. Pendekatan ini menguji cara individu menggunakan cerita, ritual, simbol, dan kegiatan lain untuk menghasilkan kembali pemahaman (restrukturisasi).

Kyai merupakan titik puncak dari-pada sebuah organisasi di pesantren. Dimana peran kyai sangat berpengaruh terhadap eksistensi daripada sebuah pesantren. Dikarenakan pola komunikasi seorang kyai tidak dapat sepenuhnya dijelaskan dengan teori komunikasi barat yang ada sebelumnya.

Pada kasus pondok pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah, apabila merujuk pada pembagian santri, maka santri di pondok pesantren saat dilakukan penelitian adalah terdapat santri mukim dan santri kalong.

Banyaknya santri mukim disebabkan kriteria santri yang ada rata-rata berasal dari luar kota maupun daerah, mereka tinggal di pesantren sambil kuliah pada siang harinya dan kembali ke pesantren untuk mengikuti kegiatan pesantren sebelum magrib.

Secara umum, dalam berbagai hal, pendekatan struktural dan fungsional mengenai organisasi hanya menekankan pada produktifitas dan penyelesaian tugas-tugas pekerjaan, sedangkan faktor manusia dipandang sebagai variabel dalam suatu pengertian yang lebih luas. Oleh karena itu Agryns (Burhan, 2014:280) mencoba menjelaskan pandangannya melalui pendekatan *human relations* untuk mengkritik perspektif struktural fungsional. Ada beberapa anggapan dasar dari pendekatan *human relations*, yaitu ; (a) Produktifitas ditentukan oleh norma sosial, bukan faktor psikologis, (b) Seluruh imbalan yang bersifat non ekonomis, sangat penting dalam memotivasi para

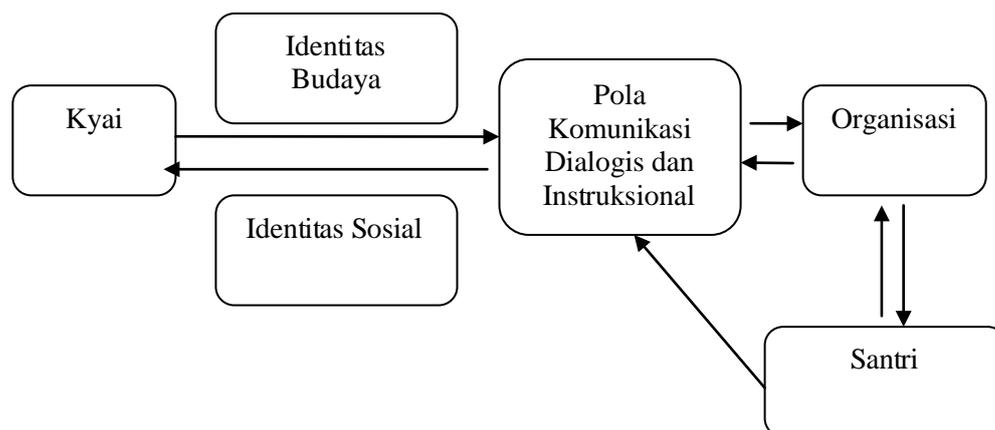
santri, (c) santri biasanya memberikan reaksi suatu persoalan, lebih sebagai anggota kelompok daripada individu, (d) Kepemimpinan memegang peranan yang sangat penting dan mencakup aspek-aspek formal dan informal, (e) Penganut aliran *human relations* menganggap komunikasi sebagai fasilitator penting dalam proses pembuatan keputusan.

Santri, dalam hal ini merupakan komponen sasaran komunikasi dalam model komunikasi kyai dan santri, yang merupakan *audience* utama dalam konteks komunikasi pengajaran di Pesantren Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah. Usaha-usaha yang dilakukan oleh kyai pada dasarnya adalah untuk dapat menyampaikan pesan secara efektif kepada santri. Keberadaan dan kualitas santri merupakan ajang pembuktian dan pengukuhan kualitas kyai ditilik dari sudut pandang sosial.

Beberapa hal yang peneliti tanyakan dan peneliti amati dalam keseharian santri-santri menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadikan seorang santri taat kepada seorang kyai, antara lain yakni ; (1) Adanya kharisma yang tidak dapat dijelaskan oleh santri mengapa mereka taat kepada kyai, (2) Adanya faktor bawaan dari santri yang sebelumnya terbentuk dari kultur budaya pesantren yang menjunjung tinggi akhlak seorang murid kepada gurunya, (3) Adanya keluasan ilmu yang dimiliki oleh Kyai, terutama ilmu tentang keislaman, (4) Adanya sikap kebabakan yang dimiliki oleh Kyai sehingga santri-santri di pesantren merasa nyaman dan hormat, (5) Luhurnya akhlak Kyai sehingga dapat dijadikan *role-model* bagi santri-santrinya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka model komunikasi antara kyai dengan santri dapat digambar dalam model diagram sebagai berikut:

Bagan 1. menjelaskan; (1) Kedudukan seorang kyai adalah sebagai *sender* (komunikator) yang dapat membentuk



Gambar 1. Model Komunikasi Antara Kyai dan Santri

pola komunikasi dibawahnya, (2) Dalam konteks komunikasi, kyai dipengaruhi kuat oleh identitas budaya dan status sosial di masyarakat, dengan ini kedudukan kyai adalah sebagai *role-model* bagi *receiver* (pengurus dan santri), (3) Pola komunikasi berlangsung dialogis dan instruksional terbatas dengan pola-pola dan sikap tertentu, (4) Organisasi dibawah kyai adalah organisasi yang berfungsi sebagai media maupun kepanjangan tangan dari kyai kepada santrinya, (5) Santri sebagai *receiver* (penerima pesan), dan dalam berkomunikasi ke atas (*sender*) bersifat terbatas dalam persoalan tertentu.

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Pesantren Raudhatul Qur'an An-nasimiyyah, Kelurahan Bojong Salaman, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang mengenai Model Komunikasi Kyai dan Santri di Pesantren, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Konstruksi model Komunikasi Kyai dengan Santri di Pesantren Raudhatul Qur'an An-nasimiyyah terbentuk dari intensitas interaksi yang tinggi antara Kyai dengan Santri lewat suatu organisasi maupun secara langsung. Sifat komunikasi dari kyai ke bawah adalah mutlak, sedangkan model komunikasi santri (*receiver*) kepada kyai (*sender*) adalah terbatas dalam lingkup

persoalan tertentu. Dalam komunikasi model demikian maka diharapkan akan lahir keseganan dari santri kepada kyai. Selanjutnya dalam proses *transfer of knowledge* menjadi lebih mudah. Pola komunikasi seperti ini dipandang cukup ideal dalam pendidikan akhlak.

Daftar Pustaka

- Ali, Mohammad. (1993). *Strategi Penelitian Pendidikan*, Bandung: Angkasa.
- Bungin, Burhan. (2014) *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Fiske, John. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ikhwanudin, Alim. 2010. "Perilaku Kesehatan Santri". *Jurnal Sosial dan Politik*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- Izzah, Iva Yulianti Umdatul Izzah. (2011). "Perubahan Pola Hubungan Kyai dan Santri pada Masyarakat Muslim Tradisional Pedesaan". *Jurnal Sosiologi Islam*. 1 (2), 31-48.
- Kementrian Agama RI. (2012). *Buku Panduan Integrasi Kultur Pesantren Ke Dalam Menejemen Sekolah*. Jakarta: Kemenag RI.
- Littejohn, Stephen W., Karen Foss. (2012). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Loubna Zakiah & Faturochman. (2004). "Kepercayaan Santri Kepada Kyai". *Buletin Psikologi*. 12 (1), 33-43.
- Ma'arif, Syamsul. (2010). "Pola Hubungan Patron-Client Kyai dan Santri di Pesantren". *Jurnal Ta'dib*. 15 (2), 273-296.
- Mulyana, D. (2004). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasvian, Moh. Fuad. (2013). "Model Komunikasi Kyai dengan Santri". *Jurnal Wacana*. 16 (4), 197-206.
- Rizki Respati Suci. 2010. "Strategi Pemberdayaan Santri di Pondok Pesantren Hidayatullah Donoharjo Ngaglik Sleman Yogyakarta". Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, Sri. (2014). "Pola Komunikasi Kyai di Pondok Pesantren". *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi*. 3 (3), 630-644.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori- Aplikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

KOMUNIKASI SIMBOLIK DALAM UPACARA PERNIKAHAN MANJAPUIK MARAPULAI DI NAGARI PANINJAUAN SUMATERA BARAT

Lusiana Andriani Lubis dan Zikra Khasiah

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sumatera Utara,
Jln. Dr.Sofyan No.1 Kampus USU Medan, Telp: 08126469794,
Email:Lus1ana_andr1an1@yahoo.com

Abstract

The goal is this research to see the symbols of figurative language and to analyze the meaning and significance of symbols figurative language in the wedding ceremony manjapuik marapulai in Paninjauan village, Tanah Datar district, West Sumatera. The research employs qualitative study using content analysis (symbolic) and analysis of Roland Barthes semiology be the significance of the two stages (two orders of signification) denotation and connotation, as well as mythical as the development of connotation. The study found that symbols contained in panitahan at a ceremony manjapuik marapulai conform with values and philosophy of Minang adopted by local community. Symbols are included in the 15 sentences that comes from nature, conform with the philosophy of alam takambang manjadi guru as the sentence Tantangan kato ayam lai barinduak, which is a lesson from nature that chickens need of parent in guiding his life as well as humans who need parents in shows about customs. One sentence that comes to the religious teachings of Islam: Adat badiri di nan patuik, syarak mamakai pado dalil, limbago duduak bajauahan, tarapak sambah ka tangah, taunjuak ka muko rapek, the doctrine greeting to people who attend an event. Then 11 sentences that comes to tradition, philosophy, ideology and ethics of society as a sentence Pusako duduak di nan rapek, kato surang dibulati, kato basamo dipaiyo, direnjeang kato jo mupakat which is the ideology of the people in Paninjauan village that is discussion.

Keywords: symbolic communication, marapulai Manjapuik, semiotic analysis.

Abstrak

Penelitian ini ingin melihat simbol-simbol bahasa kiasan dan menganalisis arti dan makna dari simbol bahasa kiasan dalam upacara pernikahan *manjapuik marapulai* di Nagari Paninjauan, Kabupaten Tanah Datar Sumatera Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis isi (simbolik) dan analisis semiologi Roland Barthes berupa signifikasi dua tahap (two order of signification) yaitu denotasi dan konotasi, serta mitos sebagai pengembangan dari konotasi. Hasil penelitian menemukan bahwa simbol yang terdapat dalam panitahan pada upacara manjapuik marapulai sesuai dengan nilai-nilai dan falsafah Minang yang dianut oleh masyarakat setempat. Simbol tersebut terdapat dalam 15 kalimat yang bersumber dari alam, sesuai dengan falsafah *alam takambang manjadi guru* seperti kalimat *Tantangan kato ayam lai barinduak*, yang merupakan pelajaran dari alam yaitu ayam yang membutuhkan induk dalam menuntun kehidupannya begitu juga dengan manusia yang membutuhkan orang tua dalam menunjukkan tentang adat istiadat. Satu kalimat yang bersumber kepada ajaran agama Islam yaitu *Adat badiri di nan patuik, syarak mamakai pado dalil, limbago duduak bajauahan, tarapak sambah ka tangah, taunjuak ka muko rapek*, yaitu ajaran untuk mengucapkan salam kepada orang yang hadir dalam suatu acara. Kemudian 11 kalimat yang bersumber kepada tradisi, falsafah, ideologi dan etika masyarakat seperti kalimat *Pusako duduak di nan rapek, kato surang dibulati, kato basamo dipaiyo, direnjeang kato jo mupakat* yang merupakan ideologi masyarakat di Nagari Paninjauan yaitu Musyawarah.

Kata kunci: komunikasi simbolik, manjapuik marapulai, analisis semiotik.

Pendahuluan

Komunikasi merupakan dasar bagi manusia dalam memulai aktivitasnya, demikian juga dengan hubungan antarsesama. Manusia sebagai makhluk

sosial tidak pernah lepas dari interaksi sosial sehingga komunikasi bukan hanya sekedar kepentingan saja, akan tetapi sudah menjadi kebutuhan bagi setiap manusia. Komunikasi yang dilakukan

baik secara lisan (verbal) maupun dengan isyarat (non verbal), seperti saat kita mengerjakan tugas baik itu sekolah, kuliah, dan tugas lainnya, kita akan meminta bantuan teman agar bisa menyelesaikan tugas dengan baik.

Dalam konteksnya, komunikasi terdiri dari komunikasi di depan umum (komunikasi publik), bicara dengan teman (komunikasi antarpribadi) dan sebagainya. Masyarakat Minangkabau juga memiliki berbagai jenis komunikasi. Ada empat hal yang merupakan dasar bagi masyarakat Minang dalam berkomunikasi terhadap semua orang, yang dikenal dengan istilah *kato nan ampek* atau *jalan nan ampek* (kata yang empat/jalan yang empat) yaitu “*kato mandaki*” yang artinya perkataan yang digunakan untuk berbicara dengan orang yang lebih tua dari kita yaitu dengan bahasa yang sopan santun dan menghormatinya. “*Kato manurun*” untuk berbicara kepada orang yang lebih muda/kecil dari kita dengan bahasa kasih sayang. “*kato mandata*” untuk berbicara dengan teman sebaya dengan bahasa yang menghargainya dan “*kato malereng*” yang merupakan kata sindiran dan kata kiasan yang digunakan kepada seluruh elemen masyarakat (Sayuti, 2005 : 17).

Kata kiasan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah pertimbangan tentang suatu hal dengan perbandingan atau persamaan dengan hal yang lain, perumpamaan; ibarat, arti kata yang bukan sebenarnya, lambang, sindiran, pelajaran (dari suatu cerita dan sebagainya) (<http://kbbi.web.id/kias>). Sumber lain menyebut kata kiasan sebagai kata-kata yang berbunga-bunga, bukan dalam arti kata yang sebenarnya; kata kiasan dipakai untuk memberi rasa keindahan dan penekanan pada pentingnya hal yang disampaikan, misalnya : “*cita-citanya setinggi langit*,” dan “*wajahnya bagaikan rembulan*” (Ensiklopedia). Jadi, bahasa kiasan adalah

bahasa perumpamaan yang digunakan untuk memberi rasa keindahan bagi pendengarnya. Orang Minang, terutama pada Nagari yang diteliti ini sering menggunakan bahasa kiasan dalam acara formil maupun dalam pembicaraan sehari-hari sesuai dengan pepatah Minang yang menyatakan : “*manusia tahan kias, kerbau tahan pukul*” yang artinya manusia dengan bahasa kiasan saja sudah mengerti maksud dan tujuan dari si pembicara (komunikator), dan menunjukkan bahwa kiasan merupakan bahasa yang disukai dan menjadi salah satu keunikan dan ciri khas masyarakat Minangkabau (Oktavianus, 2012 : 1).

Setiap pertemuan adat di alam Minangkabau selalu melaksanakan Alur Panitahan, yakni pidato adat yang diucapkan sewaktu duduk bersama untuk musyawarah menyetujui suatu maksud (Jamin, 2006 : 3). Dalam panitahan (percakapan adat) tersebut, terdapat bahasa kiasan yang digunakan oleh mamak baik dari pihak perempuan maupun pihak laki-laki untuk menyampaikan maksud dan tujuannya dalam hal meminang, bertukar tanda, menjemput marapulai (laki-laki yang dilamar), dan juga mengantarkan marapulai ke rumah anak daro (perempuan yang melamar).

Penelitian ini mengkaji lebih dalam bahasa kiasan dalam salah satu proses upacara pernikahan di Nagari Paninjauan, yaitu Manjapuik marapulai. Manjapuik marapulai adalah proses menjemput pengantin pria yang akan tinggal bersama istri di rumah keluarga istri. Acara ini merupakan proses akhir dalam upacara pernikahan di Nagari Paninjauan. Hal ini terjadi karena sistem kekerabatan Minangkabau yang menganut Matrilineal. Peneliti akan mengungkap makna dari bahasa kiasan dalam acara manjapuik marapulai dan alasan historis yang terdapat dalam

penggunaan bahasa tersebut. Hal inilah yang menjadi fokus masalah dalam penelitian mengenai bahasa kiasan dalam acara manjapuik marapulai tersebut.

Semua makna budaya diciptakan menggunakan simbol-simbol. Simbol mengacu kepada pendapat Spradley (1997) adalah objek atau peristiwa apapun yang menunjuk kepada sesuatu. Semua simbol melibatkan tiga unsur yaitu (1) simbol itu sendiri, (2) satu rujukan atau lebih, (3) hubungan antara simbol dengan rujukan. Semua itu merupakan dasar bagi keseluruhan makna simbolik (dalam Tinarbuko, 2010:19).

Susanne K. Langer (dalam Mulyana, 2008 : 92) mengemukakan bahwa salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang, dan inilah yang menjadi pembeda manusia dengan makhluk hidup lainnya. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Seperti sirih dan pinang yang merupakan suatu objek yang maknanya begitu penting dalam upacara adat di Minangkabau. Cincin yang merupakan lambang bagi sepasang kekasih dalam menjalin hubungan ke tahap yang lebih serius, dan sebagainya. Lambang adalah salah satu kategori tanda (Mulyana, 2008 : 92). Littlejohn (dalam Sobur, 2004 : 15) berpendapat bahwa tanda-tanda merupakan basis dari seluruh komunikasi. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Semiotika atau dalam istilah Barthes semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things) (Sobur, 2004 : 15).

Dasar penelitian ini menggunakan semiology merujuk kepada gagasan

Ferdinand de Saussure yang menjadi acuan bagi Roland Barthes dalam mengembangkan ilmu semiotika. Roland Barthes (1915-1980) merupakan salah satu ahli semiotika pascastrukturalis yang mengembangkan Semiologi Ferdinand de Saussure dengan analisis strukturalnya (Sobur, 2004 : 63). Barthes mengemukakan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Lebih tepatnya konsep itu disebut signifikasi dua tahap (two order of signification). Barthes menjelaskan bahwa konsep ini diawali dengan hubungan antara signifier (ekspresi/penanda) dan signified (content/petanda) dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal yang merupakan signifikasi tahap pertama. Hal ini disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Signifikasi tahap kedua yang disebut konotasi oleh Barthes, menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Dengan kata lain denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya (Wibowo, 2011 : 17).

Barthes mengembangkan teori konotasi sebagai dasar untuk mengkaji budaya dan membangun teori tentang kebudayaan. Konotasi tentang suatu gejala budaya dapat terbentuk pada suatu komunitas. Dalam kajian tentang kebudayaan, konotasi tersebut dikembangkannya menjadi teori tentang mitos yang berbeda dengan mitos yang dikenal secara umum. Mitos dalam arti khusus ini merupakan perkembangan dari konotasi, yaitu pemaknaan tanda yang bersifat arbitrer (sewenang-wenang) sehingga terbuka untuk berbagai kemungkinan. Mitos dengan arti tersebut dikatakan Barthes sebagai sistem semiologi (Hoed, 2011:66-67). Bicara tentang mitos,

merupakan suatu wahana dimana suatu ideologi berwujud. Mitos dirangkai menjadi mitologi yang berperan penting dalam kesatuan-kesatuan budaya. Van Zoest (1991) menegaskan, siapapun bisa menemukan ideologi dalam teks dengan jalan meneliti konotasi-konotasi yang terdapat di dalamnya (Wibowo, 2011 : 18).

Proses upacara pernikahan di Minangkabau secara umum adalah: (1) Mencari minantu yaitu penjajakan untuk mencari calon menantu yang dilakukan secara diam-diam dan biasanya dilakukan oleh bako, yaitu saudara kandung dari ayah calon mempelai. (2) Batimbang tando yaitu pihak laki-laki dan perempuan saling bertukar tanda menurut adat. Biasanya batimbang tando dilaksanakan setelah adanya kesepakatan kedua belah pihak. Tanda tersebut bisa berupa cincin, keris dan sebagainya, sesuai adat yang berlaku di Nagari tersebut. (3) Menikah, hari pernikahan ditentukan pada saat batimbang tando. (4) Baralek, yaitu peresmian pernikahan antara mempelai laki-laki dengan mempelai perempuan yang biasa dikenal dengan Kenduri. Hari kenduri ini juga ditentukan pada saat batimbang tando. Kenduri ini juga berbeda pelaksanaannya di setiap Nagari (Zulkarnaini, 2003 : 51).

Pelaksanaan pernikahan di Minangkabau, khususnya di Nagari Paninjauan memiliki ciri khas yang berbeda dari berbagai suku bangsa yang ada di Indonesia. Seperti pada saat lamaran, pihak perempuan yang datang kepada pihak laki-laki untuk menyampaikan niat melamar tersebut. Kemudian pada saat upacara pernikahan dilangsungkan, dikenal istilah "manjapuik marapulai" yaitu pihak perempuan mendatangi laki-laki untuk dibawa ke rumah perempuan tersebut. Dalam proses menjemput marapulai ini juga ada panitahan atau pasambahan yang dibawakan oleh

mamak dari pihak perempuan yang ingin menjemput calon mempelai pria. Pihak laki-laki dalam hal ini diwakili oleh paman (mamak) yang menyambut pihak perempuan tersebut dan mempersilahkan untuk dibawa kepada calon mempelai wanita.

Manjapuik marapulai merupakan salah satu proses dan acara yang terdapat dalam upacara pernikahan di Minangkabau. Manjapuik marapulai berasal dari bahasa Minang itu sendiri yang artinya adalah menjemput pengantin pria. Acara manjapuik marapulai berlangsung setelah acara baralek (kenduri) di rumah pengantin pria tersebut. Acara ini merupakan proses terakhir dari upacara pernikahan di Nagari Paninjauan. Bahri Rangkayo Mulia (dalam Amir, 2003 : 17) salah seorang tokoh pemuka adat menguraikan adat manjapuik marapulai dalam majalah kebudayaan Minangkabau. Beliau mengungkapkan bahwa marapulai yang bersumando/bermenantu (akan pindah) ke rumah yang bermamak (beradat), maka adalah haknya menurut adat untuk dijemput oleh pihak mamak rumah dari keluarga istrinya.

Pelaksanaan acara manjapuik marapulai, mamak dari pihak perempuan datang beserta urang sumando untuk menjemput marapulai. Urang sumando adalah orang yang berada di lingkungan tempat tinggal istri yang mengiringi mamak dalam acara tersebut, dengan membawa bingkisan adat sebagai penjemput marapulai. Bingkisan adat ini merupakan lambang pesan dan amanat dari keluarga penjemput, yang terdapat dalam rempah-rempah pada bingkisan tersebut. Adapun pesan yang disampaikan oleh keluarga melalui bingkisan adat tersebut bahwa pihak keluarga istri telah menyambut kedatangan urang sumando tersebut dengan hati yang tulus dan suci, dan sebagai wujud penghargaan dari pihak keluarga terhadap urang sumando mereka.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang didasarkan pada penafsiran, dengan konsep-konsep yang umumnya tidak memberikan angka numerik, seperti etnometodologi atau jenis wawancara tertentu. Dalam penelitian kualitatif, teknik penelitian dengan menggunakan analisis isi (simbolik) ini ditekankan pada bagaimana peneliti melihat keajegan isi komunikasi secara kualitatif, pada bagaimana peneliti memaknakan isi komunikasi, membaca simbol-simbol, memaknai isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi (Bungin, 2008 : 156).

Objek dalam penelitian ini adalah makna bahasa kiasan yang digunakan dalam upacara pernikahan manjapuik marapulai di Nagari Paninjauan tersebut. Adapun teknik pengumpulan data melalui wawancara Mendalam yang tidak berstruktur dan tidak ada settingan wawancara yang baku. Wawancara dilakukan secara intens untuk mendapat data yang lengkap dan mendalam. Pihak yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu ninik mamak, mamak dan stakeholder yang terkait dalam upacara pernikahan 'manjapuik marapulai' di Minangkabau. Juga observasi dilakukan peneliti dengan melihat langsung upacara pernikahan manjapuik marapulai di Nagari Paninjauan dan merekam semua percakapan yang terjadi dalam acara tersebut. Selain itu dengan studi dokumen yaitu dengan mengumpulkan dan menghimpun data melalui literatur dan sumber bacaan yang mendukung penelitian. 'Bahasa' dianalisis dengan menggunakan teks dan referensi yang jelas sumbernya dan menunjang topik penelitian.

Pada tahapan analisis dimana peneliti ini menelaah bahasa kiasan pada panitahan manjapuik marapulai dengan

menganalisis simbol yang terdapat dalam bahasa kiasan. Bahasa kiasan tersebut dianalisis dengan menggunakan perangkat analisis semiologi Roland Barthes dengan signifikasi 2 tahap yaitu tanda denotatif sebagai signifikasi tahap pertama dan tanda konotatif sebagai signifikasi tahap kedua. Mitos juga terdapat dalam unsur semiologi Roland Barthes yang merupakan pengembangan dari tanda konotatif. Mitos merupakan pemaknaan tanda yang bersifat arbitrer (sewenang-wenang) digunakan dalam mengkaji kebudayaan (Hoed, 2011 : 66-67). Mitos dalam semiologi Roland Barthes berbeda dengan mitos dalam arti sebenarnya, namun mengungkapkan nilai-nilai yang terdapat dalam tanda kebudayaan seperti yang dikemukakan Van Zoest (1991). Zoest mengemukakan bahwa siapapun bias menemukan ideologi dalam teks dengan jalan meneliti konotasi-konotasi yang terdapat di dalamnya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada mulanya peneliti melakukan pengamatan secara langsung upacara manjapuik marapulai di Nagari Paninjauan terhadap dua resepsi pernikahan yang berlangsung pada tanggal 25-26 Desember 2014. Pengantin pria merupakan orang Paninjauan asli yang tinggal di jorong Hilie Balai, dan pengantin wanitanya berasal dari jorong Ngalau Kota Padang Panjang. Suku pengantin pria "pisang" dan pengantin wanita adalah "jambak". Pengantin ini berasal dari daerah yang berbeda yang disatukan dalam pernikahan. Observasi selanjutnya dilakukan pada tanggal 27 Desember 2014 di hari pernikahan pengantin yang tinggal di jorong Tabu Baraie. Kedua pengantin berasal dari Nagari dan jorong yang sama yaitu Nagari Paninjauan dan jorong Tabu Baraie, yang membedakannya adalah suku. Suku pengantin wanita adalah "pisang" dan suku laki-laki adalah "sikumbang".

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara mendalam setelah memperoleh data melalui observasi. Orang ahli yang mengetahui seluk beluk adat, sejarah dan asal usulnya dan segala sesuatunya yang berkaitan dengan adat Minangkabau. Informan yang dimintai keterangan dalam penelitian ini tentunya orang yang telah ahli dan mumpuni dalam adat dan upacara pernikahan, yakni orang yang menguasai seluk beluk adat dalam Nagarnya yang dianggap pemuka adat yaitu Pengulu. Pengulu di Nagari Paninjauan ini di panggil dengan sebutan Datuk. Dalam memanggil Datuk ini juga tidak sembarangan, masyarakat di Nagari ini memiliki aturan tersendiri yang sesuai dengan tingkat kekerabatannya. Seperti jika Datuk tersebut itu merupakan paman kita, maka kita hendaknya memanggil Datuk itu dengan sebutan "Mak Datuk" yang artinya Paman yang bergelar Datuk, dan jika beliau merupakan Kakek kita maka kita memanggilnya dengan sebutan "Andung Datuk" yang artinya kakek yang bergelar Datuk.

Peneliti mewawancarai empat informan yang merupakan ninik mamak dan mamak yang sudah berpengalaman dalam membawakan panitahan pada acara manjapuik marapulai sesuai dengan subjek penelitian. Informan tersebut diantaranya Sutan Majo Kayo/Mak Kayo Bancah yang merupakan mamak orang Paninjauan. Banyak pengalaman yang telah dijalani beliau dalam mengikuti upacara pernikahan, mulai dari menjadi urang sumando yang disuruh menjemput marapulai, sampai kepada menjadi mamak pihak laki-laki (tuan rumah) dalam menyempaikan dan menjawab panitahan dari berbagai pemuka adat yang datang dalam upacara pernikahan yang diikutinya. Bahkan Mak Kayo juga sering diminta menjadi mamak pihak laki-laki dalam upacara manjapuik marapulai dari berbagai Nagari untuk

menggantikan mamak marapulai tersebut. Kemudian Datuk Lelo Kayo yang merupakan ninik mamak yang berpengalaman dalam panitahan dalam upacara pernikahan, informan ketiga adalah Datuk Basa nan Kuniang, ninik mamak suku lain di Nagari Paninjauan yang menguasai panitahan disetiap upacara adat Minang, dan yang terakhir mak Win (Edwin Budiarto) merupakan mamak yang berprestasi dalam membawa panitahan pada acara manjapuik marapulai yaitu ditingkat kabupaten/kotapun sudah ditaklukkannya dengan meraih juara pertama pada lomba panitahan manjapuik marapulai di Padang tahun 2003. Panggung di tingkat kelurahan dan kecamatan juga sudah dikuasainya. Kemampuannya sudah diakui oleh provinsi dalam hal panitahan manjapuik marapulai tersebut.

Sesuai dengan keterangan dari empat informan dan masyarakat sekitar yakni ninik mamak pihak perempuan yang datang kepada pihak laki-laki untuk melakukan lamaran, setelah orang tua dari kedua belah pihak setuju dengan hubungan anak mereka. Acara ini disebut batimbang tando. Para mamak tersebut yang akan berbicara dan memutuskan kapan hari dan bulan baik bagi keduanya untuk melangsungkan pernikahan. Adat ini telah bergeser seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, dimana dahulunya paman yang mencarikan jodoh buat kemenakannya. Sebelum dikenalkan kepada kemenakannya, paman dan keluarga dari kemenakannya berkumpul untuk membicarakan bakal calon dari kemenakannya. Hasil dari pertemuan tersebut diperoleh dengan menyetujui atau tidaknya orang tua dari kemenakan tersebut terhadap calon yang telah dipilihkan oleh paman tersebut. Jika orang tuanya setuju, maka barulah mereka dipertemukan. Biasanya anak tidak bisa menghindari dari jodoh yang telah dicarikan mamak dan disetujui oleh

orang tuanya, sehingga anak hanya bisa pasrah dengan pilihan tersebut. Akan tetapi adat mencarikan jodoh sudah mulai hilang, sekarang anak itu sendiri yang mencari dan menemukan jodohnya.

Acara batimbang tando juga menentukan tanggal pernikahan bagi kedua calon mempelai. Setelah menentukan tanggal pelaksanaan pernikahan kedua calon mempelai tersebut, orang tua dan segenap keluarga dari kedua mempelai mulai mempersiapkan untuk acara pernikahan tersebut sesuai dengan adat yang berlaku. Jika acara pernikahan ini tidak dilaksanakan sesuai adat, maka kedua belah pihak keluarga tersebut menanggung malu disebabkan acara tersebut tidak dijalankan secara adat. Orang pertama yang akan disebut oleh orang kampung nantinya adalah mamak dari kedua mempelai tersebut. Image mamak di kampung itu menjadi buruk dan dampaknya orang tidak akan menghargai mamak tersebut, apalagi jika mamak dari kedua mempelai tersebut adalah seorang penghulu di Nagarnya. Orang kampung tidak lagi menghargai dan tidak akan mengikuti kepemimpinan penghulu/datuk tersebut. Itulah yang membuat segenap keluarga yang akan melaksanakan pernikahan benar-benar membantu dengan maksimal, agar acara tersebut berjalan sesuai dengan adat istiadat di Nagari Paninjauan.

Beberapa hari sebelum hari pernikahan berlangsung, diadakan rapat antar-mamak untuk membahas siapa saja yang akan dipanggil dan diundang untuk datang ke acara kenduri tersebut. Perundingan dalam rapat itu menentukan siapa saja yang akan diundang dalam pernikahan tersebut, diutamakan pada seluruh masyarakat di Nagari tempat dilangsungkannya pesta pernikahan. Forum rapat mengutus dua orang untuk mengundang masyarakat sekitar yaitu orang yang belum bergelar

atau masih lajang, dan orang yang sudah bergelar yaitu orang yang sudah berkeluarga. Dalam istilah minang yaitu "ketek banamo gadang bagala" yang maksudnya sebelum menikah orang tersebut dipanggil namanya saja, setelah menikah orang tersebut sudah diberi gelar dan masyarakat tidak boleh memanggil nama orangnya, melainkan gelarnya yang menandakan orang tersebut sudah dewasa dan memiliki tanggung jawab, sehingga orang ini diberi penghargaan dengan memberi gelar kepadanya. Orang lajang yang akan memanggil untuk mengundang masyarakat dengan membawa carano berisikan sirih, pinang dan rokok sebagai alat komunikasi basa basi dan pembuka kata bagi masyarakat di Nagari Paninjauan. Orang yang sudah bergelar tersebut yang akan berbincang dengan orang yang diundang pada upacara pernikahan.

Kenduri dilangsungkan setelah tiba tanggalnya. Kenduri dilaksanakan di rumah mempelai wanita. Saat kenduri berlangsung keluarga dari pihak laki-laki atau yang disebut sipangka tadi melakukan salah satu rutinitas adat pernikahan yaitu manyilau kandang. Manyilau kandang maksudnya keluarga dari pihak laki-laki bertamu ke rumah perempuan yang menjadi menantunya itu untuk mengetahui bagaimana keadaan rumah yang akan menjadi tempat tinggal baru anaknya tersebut. Kemudian manyilau kandang ini juga bertujuan untuk perkenalan keluarga dan kerabat pihak laki-laki dengan kerabat pihak perempuan, juga bersilaturahmi karena dengan pernikahan ini berarti anggota keluarga bertambah, sehingga hendaknya saling mengenal satu sama lain. Kenduri kemudian dilaksanakan di kediaman mempelai pria. Malam hari setelah kenduri selesai, barulah dimulai acara manjapuik marapulai.

Manjapuik marapulai merupakan salah satu aktivitas adat dalam upacara

pernikahan dimana mempelai pria dijemput oleh keluarga pihak perempuan untuk dibawa ke rumahnya dan hidup di lingkungan keluarga istrinya. Urang sumando (saudara ipar) yang ada di lingkungan keluarga perempuan ditemani seorang mamak diutus untuk menjemput marapulai, yang akan berkomunikasi dengan petatah petitih/panitahan kepada mamak pihak laki-laki untuk menjemput marapulai secara adat. Urang sumando mengiringi mamak dengan membawa carano berisikan sekapur sirih dan uang jempunan/uang tebusan yang diberikan sebagai ganti kemenakan yang hilang dari rumah orang tuanya. Uang itu tergantung kesepakatan dan tergantung seberapa penting mempelai laki-laki dalam kaumnya ataupun orang tua. Jika mempelai adalah penghulu atau orang tuanya, maka uang jempunan tersebut seharga 1 keping emas saat ini atau kurang lebih sekitar Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah. Jika orang biasa yang jarang aktif dalam Kerapatan Adat Nagari itu biasanya dimulai dari tiga ratus ribu rupiah, ada yang lima ratus ribu rupiah dan lain-lain sesuai dengan kesepakatan para ninik mamak dan kedua belah pihak. Adat tersebut berlaku longgar dalam arti bahwa adat akan memberi keringanan kepada masyarakat di Nagari Paninjauan untuk tidak melaksanakan suatu hal yang telah ditetapkan adat. Sesuai dengan pepatah Minang abih adat dek bakarilaan yang artinya adat tidak dilakukan karena sudah mufakat dan saling berkerelaan.

Acara manjapuik marapulai merupakan proses upacara pernikahan yang terakhir namun sangat penting. Disinilah mempelai pria akan mendapatkan pengakuan serta penghargaan sebagai mamak rumah, mamak bagi keponakannya kelak yang keputusannya sangat penting terhadap keponakan tersebut. Wujud penghargaan tersebut yaitu dengan memberi gelar kepada si marapulai.

Gelar tersebut merupakan gelar Minang yang diturunkan dari keluarganya, atau dari keluarga pihak ayahnya tergantung kesepakatan ninik mamak. Jika gelar tersebut sudah dikukuhkan kepada mempelai pria, maka siapapun orangnya tua muda tidak boleh memanggil mempelai dengan nama kecilnya. Marapulai tersebut harus dipanggil dengan gelarnya. Pemberian gelar kepada marapulai dimusyawarahkan oleh ninik mamak melalui pidato adat berupa dialog yang disebut dengan panitahan. Hal ini merupakan salah satu keunikan budaya Minangkabau yang merupakan salah satu kekayaan budaya Bangsa.

Panitahan merupakan pidato adat yang diucapkan oleh orang yang telah menguasai bidang tersebut, dan diucapkan sewaktu duduk bersama untuk bermusyawarah menyetujui dan menyepakati suatu maksud pada pertemuan adat di alam Minangkabau (Jamin, 2006 : 5). Pidato adat tersebut berlangsung seperti orang yang sedang berdiskusi, atau orang yang berbalas pantun tepatnya. Pelaksanaan panitahan diwakili oleh dua orang pemuda yang sudah bergelar dari masing-masing pihak. Dalam menyampaikan panitahan tersebut sebelum memutuskan untuk menjawab pertanyaan lawan bicara, selalu meminta pendapat dari ninik mamak serta pihak yang berwenang untuk mendapatkan kata mufakat, sehingga apa yang diputuskan dalam suatu upacara adat berdasarkan hasil musyawarah dan mufakat. Budaya musyawarah seperti inilah yang terdapat pada masyarakat Nagari Paninjauan.

Orang Minangkabau cenderung tidak terus terang dalam mengungkapkan sesuatu yang tersimpan dalam pikirannya. Inilah penggalan kesimpulan penelitian Frederick K. Errington, seorang peneliti dari Amerika yang mempelajari *Manner and Meaning in*

West Sumatera. Contohnya dalam hal meminta, jika seseorang membutuhkan atau menginginkan sesuatu, ia berusaha menghindari penggunaan ungkapan langsung. Meminta sesuatu dengan ungkapan langsung dianggap tidak sopan bahkan menjatuhkan harga diri (Oktavianus, 2012 : 5). Penelitian tersebut merupakan sumbangsih yang besar bagi Indonesia khususnya masyarakat Minang itu sendiri dalam mengenal dan memahami adat dan budayanya. Bahasa kiasan digunakan sebagai alternatif pada contoh tersebut untuk mengungkapkan permintaannya. Sebagaimana permintaan dari mamak kepada ninik mamak untuk menentukan gelar bagi marapulai, menggunakan bahasa kiasan tentunya. Itulah sebaik-baik bahasa untuk mengungkapkan keinginan dan permintaan terhadap suatu hal bagi masyarakat Minangkabau.

Upacara pernikahan dalam adat di Nagari Paninjauan memiliki ciri khas salah satunya terletak pada bahasa yang digunakan dalam upacara. Bahasa petatah petitih yang penuh makna (kiasan) yang indah dan sopan santun seperti diungkapkan dalam pepatah minang nan baiak iyolah budi, nan indah iyolah baso (yang baik adalah budi yang indah adalah bahasa) menjadikan pernikahan penuh kebahagiaan dan kelembutan. Bahasa petatah-petitih (panitahan) digunakan pada setiap pertemuan mamak antara kedua belah pihak pada proses upacara pernikahan. Bahasa kiasan terdapat pada panitahan yang disampaikan oleh mamak maupun ninik mamak dalam suatu upacara adat. Hasil wawancara dan observasi yang dilaksanakan pada bulan Desember-Januari 2015 di Nagari Paninjauan, peneliti memperoleh data tentang bahasa kiasan yang terdapat dalam panitahan pada upacara pernikahan manjapuik marapulai di Nagari Paninjauan.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para informan menemu-

kan bahwa terdapat 27 kalimat dari 82 kalimat penggalan panitahan manjapuik marapulai yang mengandung kata kiasan. Kata kiasan tersebut mengandung makna dan terdapat simbol yang tersirat di dalamnya. Bahasa tersebut dianalisis secara historis dengan mencari informasi kepada para informan mengenai asal kata, alasan penggunaan kata kiasan tersebut dan hal-hal terkait yang mendukung penelitian. Bahasa yang telah dianalisis, kemudian di susun dengan menggunakan alat analisis pada penelitian ini, yakni analisis semiologi yang digagas Roland Barthes.

Hasil penelitian menemukan bahwa dari 27 kalimat terdapat kata kiasan yang digolongkan dalam tiga kategori yaitu : (1) terdapat 15 kalimat yang bersumber dari fenomena, aktivitas dan kejadian yang terdapat di alam, (2) terdapat 1 kalimat yang bersumber dari ajaran agama islam yang sesuai dengan falsafah Minang yaitu "adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah" artinya adat yang bersandikan kepada agama islam (syarak), dan syarak bersandikan al-qur'an (kitabullah), (3) terdapat 11 kalimat yang bersumber dari hal-hal lain yaitu: etika masyarakat yang terdiri dari 6 kalimat, ideologi masyarakat Minang terdiri dari 2 kalimat, dan tradisi/kebiasan masyarakat sebanyak 3 kalimat.

Kata kiasan yang bersumber dari fenomena, aktivitas dan kejadian yang terdapat di alam salah satu diantaranya adalah kata tantangan kato ayam lai barinduak (Tentang kata ayam yang mempunyai induk). Merupakan kalimat yang disampaikan oleh mamak (paman) pihak perempuan dalam memulai percakapan, yaitu diwakili oleh Katik Sampono. Terdapat penanda denotatif yaitu tentang kata ayam yang mempunyai induk, dan petandanya adalah konsep dari seekor anak ayam terlahir tentu jika ada induknya, itulah tanda denotatif dari kiasan tentang kata ayam yang

mempunyai induk. Sedangkan pada tataran kedua, terdapat penanda konotatif yaitu anak ayam tersebut memerlukan ibunya yang akan menuntun hidupnya kelak, sedangkan petanda konotatifnya yaitu ayam yang ada induknya merupakan suatu isyarat dari Katik yang menghormati ninik mamak yang akan membimbing mereka yang muda-muda. Dengan kata lain, Katik berguru kepada orang yang dituakan dalam oleh adat dalam Nagari Paninjauan. Kata ayam tersebut digunakan orang Minang yang merupakan simbol yang terdapat pada alam. Ayam merupakan salah satu makhluk hidup yang ada di alam ini dan ayam mempunyai induk merupakan fenomena yang terdapat di alam ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa orang Minang berpedoman kepada apa yang terjadi di alam ini, dan memandangnya sebagai sesuatu yang perlu dipelajari. Begitulah masyarakat Minang mengkonstruksi bahasa yang terinspirasi dari alam, sebagai falsafah hidupnya.

Kalimat yang bersumber dari ajaran agama islam adat badiri di nan patuik, syarak mamakai pado dalil, limbago duduak bajauahan, tarapak sambah ka tengah, taunjuak ka muko rapek (adat berdiri pada yang patut, syarak memakai kepada dalil, aturan duduk berjauhan, terucap sembah ke tengah, ditujukan ke hadapan rapat). Merupakan ungkapan yang disampaikan Katik kepada Sutan Sati selaku mamak marapulai. Adat berdiri pada yang patut merupakan suatu ungkapan yang menyatakan bahwa apa yang telah diatur dan ditetapkan oleh adat merupakan suatu hal yang wajar (patut). Mengenai kata wajar seperti yang telah di jelaskan sebelumnya, Barthes berpendapat tentang kebudayaan yang menganggap suatu nilai sebagai hal yang "wajar" sebenarnya merupakan hasil proses konotasi: sejarah telah membuat konotasi berkembang menjadi mitos.

Barthes menanggapi nilai-nilai budaya yang kita anut saat ini merupakan hasil konotasi, karena memiliki arti khusus dalam budaya tersebut. Seperti daun sirih, bagi kebanyakan orang hanya sekedar tumbuhan yang berfungsi sebagai obat bagi yang mengetahui kasiatnya, bagi yang tidak mengetahui akan memandang daun sirih sama dengan tumbuhan lainnya. Namun bagi masyarakat Minang, daun sirih merupakan daun keramat yang dipercayai melancarkan suatu acara sehingga selalu hadir dalam setiap upacara adat. Itulah yang dikatakan Barthes sebagai makna konotatif yang berkembang menjadi mitos.

Syarak memakai kepada dalil menunjukkan bahwa falsafah adat Minangkabau yaitu adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah (adat bersendi syarak, syarak basandi Kitabullah/al-qur'an). Syarak adalah agama, adat orang Minang berpedoman kepada agama, yaitu agama islam, dan islam berlandaskan kepada Kitabullah yaitu al-qur'an. Syarak memakai pada dalil maksudnya adalah ajaran islam berpedoman kepada dalil, yaitu firman Allah SWT yang terdapat dalam al-qur'an dan Hadist Nabi. Aturan adat menyatakan dalam rapat atau acara dimana antara komunikator dengan lawan bicaranya (komunikan) duduk berjauhan, hendaknya mengucapkan sembah (salam) kepada sekalian orang yang hadir dalam acara tersebut. Budaya tersebut didasarkan pada ajaran syarak yang menyatakan bahwa adab dalam bertemu dengan seseorang hendaklah mengucapkan salam dan menyapa orang tersebut. Sembah yang dimaksud adat merupakan ucapan salam dan menyapa hadirin yang ada dalam acara sebagai bentuk penghargaan kepada setiap orang yang hadir.

Kata kiasan yang mengandung etika masyarakat terdapat pada kalimat kok buni lah samo tadanga, kok rupo lah samo taliek, tabik kabanaran dari si alek (Kalau

bunyi sudah sama terdengar, kalau rupa sudah sama terlihat, muncul kebenaran dari pihak yang datang/si alek). Petanda denotatifnya adalah Suara yang sudah terdengar, bentuk yang sudah terlihat, merupakan kebenaran yang dikemukakan si alek (pihak yang datang). Kebenaran yang dimaksud adalah apa yang dikemukakan oleh Katik baik perkataan yang telah di dengar maupun benda adat yang terlihat oleh para hadirin yang telah sesuai dengan adat yang berlaku. Syarat untuk menyampaikan paham tersebut telah dipenuhi oleh Katik. Katik sudah diperbolehkan untuk menyampaikan pahamnya. Sebelum dipersilahkan menyampaikan paham tersebut, ada yang tidak boleh dilanggar dalam upacara ini yaitu musyawarah, yang sudah menjadi ideologi bagi masyarakat di Nagari Paninjauan ini. Demikianlah etika masyarakat di Nagari Paninjauan dalam menyampaikan suatu keinginan dari tamu (pihak perempuan) kepada tuan rumah (pihak pria). Harus melalui musyawarah terlebih dahulu dari pemuka adat, tamu baru boleh menyampaikan keinginannya datang ke rumah tersebut setelah ninik mamak (pemuka adat) sepakat untuk mengizinkannya.

Kalimat yang mengandung nilai ideologi masyarakat Minang adalah pusako duduak di nan rapek, kato surang dibulati, kato basamo dipaiyo, direnjeang kato jo mupakat (Pusaka duduk pada rapat, pendapat seseorang di dengarkan, pendapat orang banyak jadi keputusan, dibawa kata dengan mufakat). Pusaka maksudnya adalah aturan. Kata pusaka yang dipakai untuk melambangkan suatu aturan, karena aturan tersebut memang diwarisi secara turun temurun. Sudah dari dahulunya aturan dalam rapat dengan bermusyawarah untuk memperoleh suatu keputusan, yaitu dengan kata mufakat. Aturan itu terus diterapkan dari generasi ke generasi,

maka dapatlah aturan tersebut dikatakan sebagai pusaka, yang diwarisi dari nenek moyang orang Minang. Budaya musyawarah di Minangkabau ini sudah ada sejak Indonesia masih dalam masa penjajahan seperti yang diungkapkan oleh pakar hukum Saptomo dalam bukunya yang berjudul Hukum dan Kearifan Lokal : Revitalisasi Hukum Adat Nusantara. Beliau mengungkapkan pada tahun 1900-an masyarakat minangkabau mempunyai lembaga kerapatan adat nagari, lembaga ini bekerja disemangati oleh budaya musyawarah mufakat. Dalam musyawarah tersebut, pihak yang berselisih dengan sukarela melunakkan sikap dan pendapatnya dan pada saat yang sama ia sekaligus menerima dan memahami pendapat pihak lain (Saptomo, 2009 : 106).

Pusaka mengharuskan setiap forum mendengarkan setiap pendapat yang disampaikan oleh seseorang. Pendapat orang banyak menjadi keputusan, setelah dimusyawarahkan tentunya. Pendapat bersama itulah yang disebut kata mufakat. Inilah nilai budaya yang dinyatakan sebagai mitos oleh Barthes, nilai yang mengandung ideologi didalamnya. Datuk menyampaikan kepada Katik perihal pusaka agar nilai budaya tersebut tidak lekang oleh panas, dan tidak lapuk karena hujan. Jadi selalu diterapkan pusaka ini di setiap upacara adat dan dalam keseharian. Pusaka merupakan aturan yang boleh dikatakan wajib ada dalam setiap upacara adat, bahkan dalam panitahan manjapuik marapulai saja sudah terdapat tiga kali musyawarah yang terjadi yaitu : (1) musyawarah yang dilakukan dengan meminta persetujuan dari ninik mamak pihak marapulai agar diizinkan menyampaikan suatu paham (maksud kedatangan) pihak perempuan, (2) musyawarah yang dilakukan oleh ninik mamak untuk memberi izin kepada pihak perempuan menjemput marapulai

dan (3) musyawarah untuk memberi gelar kepada marapulai sebagai orang yang akan menjadi tamu terhormat di rumah istrinya, dalam hal ini ninik mamak yang hadir, tuan rumah dan orang yang berwenang saja yang melakukan musyawarah pemberian gelar tersebut.

Kalimat yang terdapat nilai tradisi/kebiasan masyarakat terdapat pada kata kiasan berikut: di ketek nan banamo di gadang nan bagala (Saat kecil yang bernama saat besar yang bergelar). Kiasan tersebut merupakan tradisi masyarakat Minang dalam menghormati orang yang sudah dewasa. Dewasa bagi masyarakat Paninjauan adalah apabila orang tersebut sudah memiliki keluarga baru (beristri) dan memikul tanggung jawab terhadap keluarga barunya. Gelar ini hanya diberikan kepada laki-laki karena ia merupakan kepala keluarga. Selain itu, laki-laki Minang yang sudah dewasa nantinya akan menjadi mamak bagi anak kakaknya (kemenakan). Mamak bertanggung jawab untuk mengurus kemenakannya disamping mengurus anak-anaknya. Pepatah Minang menerangkan tentang tanggung jawab mamak kepada kemenakannya dalam ungkapan anak dipangku, kamanakan dibimbiang (anak dipangku, kemenakan dibimbing). laki-laki dewasa (marapulai) sebagai pendatang di lingkungan istrinya yang perannya tidak begitu kuat untuk mendominasi keluarga. Namun di rumah orang tuanya, peran laki-laki ini sangat besar. Dia nantinya yang akan melindungi harta pusaka dan mendidik serta membimbing kemenakannya. Itulah yang membuat laki-laki minang yang telah menikah akan diberikan gelar, agar kemenakan menghormatinya dan disegani masyarakat.

Umumnya simbol yang terdapat dalam kata kiasan menunjuk kepada alam. terlihat dari banyaknya jumlah kalimat yang mengandung kata kiasan yang terinspirasi dari alam daripada nilai-nilai

budaya lainnya. hal tersebut sesuai dengan falsafah Minang yaitu "alam takambang manjadi guru" dimana masyarakat Minang dalam mengkonstruksi/menciptakan budayanya berdasarkan apa yang terdapat di alam. Aktivitas, fenomena, atau apapun yang terdapat di alam ini bisa dijadikan pelajaran. Hal tersebut mengisyaratkan bahwa orang Minang, khususnya masyarakat di Nagari Paninjauan hendaknya selalu belajar. Belajar tidak hanya dilakukan di bangku sekolah saja, namun dimana saja dengan memperhatikan fenomena dan peristiwa yang terdapat di alam. Banyak hal yang bisa dijadikan pelajaran sehingga manusia hendaknya selalu terus belajar.

Mengacu kepada gagasan Mulyana (2008 : 92) yang mengatakan bahwa lambang atau simbol merupakan salah satu kategori tanda, Littlejohn (dalam Sobur, 2004 : 15) juga berpendapat bahwa tanda merupakan basis dari seluruh komunikasi. Tanda menjadi dasar dalam berkomunikasi dan berinteraksi antara sesama manusia. Komunikasi yang terjadi baik secara verbal maupun nonverbal terdapat tanda di dalamnya. Komunikasi verbal yang terjadi antara mamak dari kedua belah pihak memelai lewat panitahan juga terdapat tanda. Tanda tersebut yang ditelaah maknanya oleh peneliti, dalam menganalisis tanda pada panitahan tersebut peneliti menggunakan suatu ilmu atau metode analisis mengkaji tanda. Ilmu tersebut adalah "semiotika", dalam istilah Barthes yaitu "semiologi" yang telah dijabarkan dalam analisis data penelitian.

Sesuai dengan pendapat spradley (1997) bahwa simbol, baik secara verbal maupun nonverbal menunjuk kepada sesuatu. Simbol bahasa kiasan dalam panitahan manjapuik marapulai menunjuk kepada alam. Alam yang menjadi sumber inspirasi dan falsafah hidup orang Minang yaitu "alam

takambang manjadi guru". Simbol merupakan kebutuhan bagi setiap manusia yang memiliki akal dan pikiran. Susanne Langer (dalam Mulyana, 2008:92) mempertegas dengan menyatakan bahwa simbol merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang inilah yang menjadi pembeda antara manusia dengan makhluk hidup lainnya. Komunikasi simbolik yang terdapat pada panitahan dalam acara manjapuik marapulai tersebut membuktikan bahwa manusia merupakan makhluk hidup yang berbeda dengan makhluk hidup lainnya. Manusia dengan akal pikirannya menciptakan dan mengkonstruksi simbol-simbol tersebut sesuai dengan budaya yang ada sehingga dapat dipahami oleh masyarakat yang ada dalam komunitasnya.

Simpulan

Ada beberapa hal yang menarik dari penelitian ini, yaitu: Pertama, simbol yang terdapat dalam bahasa kiasan pada panitahan manjapuik marapulai umumnya merupakan simbol menunjuk kepada alam, yaitu terdapat 15 kalimat yang mengandung kata kiasan dengan simbol yang terdapat di alam. Satu (1) kalimat yang terdapat nilai agama di dalamnya, yaitu ajaran agama Islam yang menjadi agama masyarakat di Nagari Paninjauan. Selebihnya kalimat yang mengandung etika, ideologi dan tradisi masyarakat sebanyak sebelas (11) kalimat.

Kedua, makna yang terdapat dalam bahasa kiasan tersebut merujuk kepada alam. Hal ini sesuai dengan falsafah Minang yaitu "alam takambang manjadi guru" seperti yang terdapat pada kalimat Tantangan kato ayam lai barinduak, simbol dari ayam merupakan sesuatu yang terdapat di alam, dimana ayam membutuhkan induknya yang menuntun kehidupannya kelak, seperti generasi muda yang memerlukan ninik mamak yang menuntunnya dan memberi petunjuk

mengenai adat istiadat Minang. Ketiga, makna yang mengandung nilai agama yaitu Adat badiri di nan patuik, syarak mamakai pado dalil, limbago duduak bajauahan, tarapak sambah ka tengah, taunjuak ka muko rapek. Ajaran agama yang terdapat dalam kalimat ini adalah mengucapkan salam kepada orang yang hadir pada acara manjapuik marapulai tersebut. Keempat, makna yang mengandung ideologi, etika serta tradisi masyarakat seperti pada kalimat Kok buni lah samo tadanga, kok rupo lah samo taliek, tabik kabanaran dari si alek, merupakan etika masyarakat di Nagari Paninjauan dalam menyampaikan suatu keinginan yaitu tidak menyampaikan secara langsung, namun dengan menggunakan kata kiasan yang tersirat pesan di dalamnya. Pesan tersebut juga dimengerti oleh komunitas, yaitu masyarakat Nagari Paninjauan.

Akhirnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pada orang Minang agar tidak kehilangan jati diri sebagai orang Minang. Selain itu, penelitian yang berkaitan dengan komunikasi lintasbudaya ini menarik untuk dikaji dari etnis lainnya yang banyak variasinya di Indonesia yang multikultural.

Daftar Pustaka

- Amir. (2003). *Adat Minangkabau : Pola dan Tujuan Hidup Orang Minang*. Jakarta: PT.Mutiara Sumber Widya.
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hoed, Benny H. (2011). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Jamin, Jamilus. (2006). *Alur Panitahan Adat Minangkabau*. Bukittinggi: Kristal Multimedia.

- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Oktavianus. (2012). *Bertutur Berkias dalam Bahasa Minangkabau*. Padang: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas.
- Saptomo, Ade. (2009). *Hukum dan Kerarifan Lokal : Revitalisasi Hukum Adat Nusantara*. Jakarta: Grasindo.
- Sayuti, M. (2005). *Tau Jo Nan Ampek (Pengetahuan yang Empat Menurut Ajaran Budaya Alam Minangkabau)*. Padang: Mega Sari.
- Sobur, Alex. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko, Sumbo. (2010). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. (2011). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Zulkarnaini. (2003). *Minangkabau Ranah nan Den Cinto : Budaya Alam Minangkabau*, Buku Pelajaran untuk Sekolah Dasar Kelas 5. Bukittinggi: Usaha Ikhlas.

Internet

- (<http://kbbi.web.id/kias>), diakses tanggal 22 September 2014, pukul 13.00 WIB.
- (<http://Katakiasan-WikipediabahasaIndonesia,ensiklopediabebeas.html>), diakses tanggal 22 September 2014, pukul 13.00 WIB.
- (<http://id.m.wikipedia.org/wiki/pernikahan>), diakses tanggal 18 november 2014, pukul 14.20 WIB.

POLA KOMUNIKASI KONSELOR DAN NARAPIDANA

Arif Wibawa, Yenni Sri Utami, dan Siti Fatonah

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta,
Jl. Babarsari No. 2, Tambakbayan Yogyakarta, Telp: (0274) 485268, 485990
Email: info@upnyk.ac.id

Abstract

This study aims to find an effective communication model counselor in Narcotics Prison of Class IIA Sleman Yogyakarta in rehabilitating drug users. This study uses qualitative method for its ability to help clarify the picture of the development of models of effective communication patterns counselor Narcotics Prison Class II A Sleman Yogyakarta in rehabilitating drug users. The research found that the pattern of communication and coaching in the rehabilitation of drug users in Narcotic Prison of Class II A Sleman Yogyakarta consists of two patterns. The first is informal and formal communication patterns. The second concept is carried out by community therapeutic concept, a method aimed for the social rehabilitation for victims of drug users. This patterns aimed at forming prisoners in to a human who returned intact after dependence on drugs, fostering awareness of the law, reintegration in to society, job skills training, and counseling and rehabilitation programs. Keywords: effective communication, counselors, rehabilitation, drugs prisoners

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan model komunikasi efektif konselor di lapas Narkotika Kelas II A dalam merehabilitasi narapidana narkoba. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena kemampuannya untuk membantu memperjelas gambaran pengembangan model pola komunikasi efektif konselor Lapas Narkotika Kelas II A Sleman Yogyakarta dalam merehabilitasi warga binaan narapidana narkoba. Hasil penelitian ini menemukan pola komunikasi dan pembinaan dalam rehabilitasi pengguna narkoba di lapas Kelas II A Yogyakarta terdiri dari dua pola. Pertama, pola komunikasi informal dan pola komunikasi formal. Konsep kedua yang dilakukan adalah dengan konsep therapeutic community, suatu metode rehabilitasi sosial yang ditujukan kepada korban penyalahgunaan narkoba. Konsep ini masih baru dikembangkan di Lapas Kelas II A Yogyakarta. Pola komunikasi yang telah berhasil diidentifikasi bertujuan membentuk warga binaan menjadi manusia yang kembali utuh setelah ketergantungannya terhadap narkoba, pembinaan kesadaran hukum, reintegrasi warga binaan dengan masyarakat, pembinaan keterampilan kerja, dan bimbingan konseling serta program rehabilitasi.

Kata kunci: Model Komunikasi konselor, rehabilitasi, narapidana narkoba

Pendahuluan

Masalah penyalahgunaan narkoba saat ini semakin meluas dan telah menjadi keprihatinan bangsa. Banyak nilai kemanusiaan yang dihancurkan karena narkoba. Sepanjang tahun 2013, kasus penyalahgunaan narkoba di wilayah hukum DIY meningkat dibanding tahun sebelumnya. Berdasarkan data di Direktorat Reserse Narkoba (Ditresnarkoba) Polda DIY, sampai dengan pertengahan Desember 2013 total kasus yang ditangani 317. Sedangkan tahun 2012, penanganan perkara tercatat 258. Berdasar hasil analisa dan evaluasi yang dilakukan Direktorat Reserse Narkoba

atau Ditresnarkoba beserta jajarannya, pada tahun 2013 ini kasus kejahatan narkoba di DIY mengalami lonjakan peningkatan di banding kasus yang ditangani tahun 2012 silam. Sebanyak 40.057 tersangka narkoba diamankan sepanjang 2013. (<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/jawa-tengah-diy-nasional/13/12/30/>, akses 12 Maret 2014).

Jumlah penyalahgunaan narkoba di Indonesia mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Hasil penelitian tahun 2008 jumlah penyalahguna narkoba mencapai 3,3 juta orang. Kemudian tahun 2011 menjadi 3,8 juta

orang dan di 2013 mencapai lebih dari 4 juta orang. Penyalahgunaan narkoba telah menyentuh angka 4 juta jiwa atau 2,2 persen dari seluruh penduduk Indonesia sepanjang 2013 ini. (<http://news.okezone.com/read/2014/01/23/337/930885>, akses 23 Maret 2014).

Kasus narkoba terus meningkat, Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) selama tahun 2012 menangani 26.561 kasus narkoba dan telah terselesaikan 22.822 kasus atau 81 persen, sehingga 3.739 kasus masih menjadi tunggakan atau 19 persen pada 2013. Barang bukti yang diamankan yakni ganja kering sebanyak 21.000 kilogram, lahan ganja seluas 88 hektare, heroin sebanyak 34.000 gram, ekstasi sebanyak 2,8 juta butir dan sabu-sabu sebanyak 1,9 ton. Berdasarkan data *Bureau for International Narcotics and Law Enforcement* Departemen Luar Negeri AS, jumlah transaksi yang dihasilkan dari peredaran narkoba di Indonesia sangat fantastis, yakni mencapai Rp300 triliun per tahun. (<http://www.antaraneews.com/berita/349418/polri-ungkap-26561>, akses 02 Januari 2013).

Tingkat pengguna narkoba dari tahun ke tahun semakin mengkhawatirkan, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa. Menurut data dari Badan Narkotika Nasional (BNN), pengguna narkoba tahun 2013 sudah mencapai 3,8 juta. Jumlah ini meningkat dibanding tahun sebelumnya sebesar 3,6 juta. 22% diantaranya, berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Narkoba jenis ganja, ekstasi maupun shabu-shabu menjadi favorit di kalangan ini. Musuh besar yang dihadapi bangsa ini adalah bahaya narkoba, karena sekitar 50 persen dari 135.000 penghuni lembaga pemasyarakatan di Inonesia adalah pengguna narkoba. Jika hal ini dibiarkan, maka sama saja akan menghancurkan masa depan generasi. (<http://www.bnn.go.id/artikel/11535/narkoba>, akses 20 April 2014).

Mengingat dampak narkoba yang sifatnya merusak dan mematikan, menghambat tujuan dalam menciptakan generasi yang berkualitas. Tidak hanya secara medis maupun psikis saja, tetapi juga merambah pada lingkungan masyarakat sekitarnya. Seperti mempengaruhi dunia pendidikannya, interaksi sosial keluarga, juga masyarakatnya. Untuk itu, perlu langkah konkrit dalam menekan jumlah pengguna narkoba.

Upaya dalam menyelesaikan permasalahan narkoba di Indonesia sudah banyak dilakukan, terutama oleh para penegak hukum. Namun sampai saat ini pengguna narkoba belum berkurang bahkan cenderung bertambah. Nampaknya permasalahan narkoba adalah suatu masalah yang pelik baik dilihat dari penyebarannya maupun penanganannya. Narkoba tidak hanya beredar diluar penjara saja, tetapi di dalam penjara pun para bandar itu masih aktif berbisnis racun itu. Seorang mantan napi tipikor mengatakan kepada penulis, narapidana narkoba biasanya paling enak hidupnya di penjara, karena mampu membayar, dia sumber pemerasan, setelah itu baru narapidana tipikor. Salah satu hal yang menyebabkan permasalahan tersebut belum dapat diselesaikan adalah pandangan masyarakat terhadap pengguna narkoba yang masih dicap sebagai pelaku kejahatan, sampah masyarakat, dan berbagai stigma negatif lainnya, sehingga mereka harus dihukum penjara.

Mayoritas penghuni lapas dan rutan didominasi oleh tahanan kasus narkoba. Di Indonesia ini jumlahnya rata-rata mencapai 30 persen. Lapas Narkoba Yogyakarta berkapasitas 474 orang dan saat ini dihuni 83 narapidana. Sementara secara keseluruhan jumlah narapidana dan tahanan narkoba di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 295 orang. Yogyakarta menjadi daerah

yang dipilih pembangunan Lapas Narkoba pertama karena jumlah tahanan dan narapidana kasus narkobanya tergolong cukup tinggi. (<http://www.tempo.co/read/news/2009/04/28>)

Menjadi ironi adalah masih terbatasnya jumlah korban penyalahgunaan narkoba yang mendapatkan layanan terapi dan rehabilitasi. Tercatat hanya sekitar 0,47 persen atau sekitar 18.000 orang dari angka 4 juta yang dapat direhabilitasi. Kondisi tersebut disebabkan karena kurangnya jumlah tempat rehabilitasi bagi penyalahgunaan narkoba yang dimiliki oleh pemerintah maupun swasta, disamping masyarakat belum punya budaya untuk melaksanakan rehabilitasi secara sukarela. (<http://dedihumas.bnn.go.id/read/section/berita/2013/07/25/708/semangat-bersama>, akses 24 Maret 2014)

Kebijakan pembinaan narapidana narkoba merupakan masalah yang sangat kompleks, karena yang terlibat adalah pengedar dan pengguna. Kompleksitas tersebut karena narapidana yang masih tergantung narkoba, sehingga perlu penyembuhan secara medis dan mental (rehabilitasi medis dan mental). Kebijakan pembinaan narapidana khusus narkoba berbeda dengan penanganan narapidana pada umumnya sehingga dalam pembinaan perlu didasari dengan metode sistematis dan strategi yang tepat, baik terhadap pengedar maupun pengguna narkoba. Karena narapidana narkoba tidak hanya menjalani pidana, namun juga perlu direhabilitasi, agar terbebas dari belenggu narkoba.

Kebijakan program pembinaan narapidana mengacu pada Pola Pembinaan Narapidana/Tahanan yang merupakan Keputusan Menteri Kehakiman Nomor: M.02-PK.04.10 Tahun 1990 dan Peraturan Pemerintah Nomor 31 tahun 1999 tentang Pembinaan dan Pembimbingan Warga Binaan Masyarakat (WBP). Pelaksanaan kebijakan

program ini disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada pada Lapas setempat, yang melibatkan unsur masyarakat, pemerintah, dan keluarga WBP. Kedua kebijakan pembinaan narapidana tersebut merupakan pola pembinaan narapidana umum.

Komunikasi dalam Lembaga Masyarakat merupakan bagian penting dari proses pembinaan untuk mencapai berbagai sasaran baik itu komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok yang sering diterapkan dalam Lembaga Masyarakat. Pendekatan melalui bentuk-bentuk komunikasi yang persuasif akan lebih efektif untuk membina perilaku dari setiap warga binaan agar tidak mengulangi perbuatan yang sama. Dalam sistem baru pembinaan narapidana, terdapat perubahan orientasi pembinaan dari *top down approach* menjadi *bottom up approach*. Orientasi *top down approach* menganggap bahwa narapidana hanya sebagai obyek semata-mata. Jadi sebagai obyek, eksistensi narapidana untuk ikut serta membangun dirinya kurang diperhatikan. Sedangkan *bottom up approach*, merupakan orientasi pembinaan narapidana berdasarkan kebutuhan belajar.

Komunikasi interpersonal yang efektif adalah adanya kesepakatan informasi serta kualitas hubungan yang dibangun. Kedua belah pihak perlu membangun hubungan yang lebih baik, karena ketepatan penyampaian informasi ditentukan oleh pengertian, pengaruh sikap, hubungan yang makin baik serta tindakan. Moekijat menjelaskan bahwa: "Komunikasi yang efektif mengandung pengiriman dan penerimaan informasi yang paling cermat, pengertian pesan yang mendalam oleh kedua pihak dan pengambilan tindakan yang tepat terhadap penyelesaian pertukaran informasi." (Moekijat, 1993:146)

Karakteristik komunikasi Interpersonal yang efektif dilihat dari

sudut pandangnya dibagi menjadi tiga sudut pandang, yaitu: 1) Sudut pandang Humanistik, pandangan ini bias disebut sebagai pandangan yang lunak. "Menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung, dan kualitas-kualitas lain yang menciptakan interaksi yang bermakna, jujur dan memuaskan". 2) Sudut pandang Pragmatis, menekankan pada manajemen dan kesegaran interaksi. secara umum kualitas-kualitas yang menentukan pencapaian tujuan yang spesifik, sudut pandang ini biasanya dinamakan dengan model kompetensi karena memusatkan pada perilaku spesifik yang harus digunakan oleh komunikator untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. 3) Sudut pandang pergaulan sosial dan kesetaraan, mengacu pada konsep DeVito, tentang Komunikasi interpersonal yang efektif dari sudut pandang humanistik, "Untuk menghasilkan komunikasi yang efektif diperlukan adanya keterbukaan, sikap empati, sikap mendukung, sikap positif serta kesetaraan dari pihak-pihak yang berkomunikasi". (DeVito, 2010:259-261)

Efektivitas komunikasi antar personal dalam pandangan humanistik mengandung unsur-unsur sebagai berikut: a) Keterbukaan, mengisyaratkan para pihak bersedia menerima kritik-kritik dan saran yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi antar personal. *Pertama*, komunikasi interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidak berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Harus ada kesediaan membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut. *Kedua*, mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus

yang datang. Aspek *ketiga* menyangkut "kepemilikan" perasaan dan pikiran.

b) Empati, merupakan kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain melalui kaca mata orang lain. "Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya". (DeVito, 2010: 260).

c) Sikap Mendukung (*Supportiveness*), hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Sikap suportif merupakan sikap yang mengurangi sikap defensif. Sikap ini muncul bila individu tidak dapat menerima, tidak jujur dan tidak empatik. Sikap defensif mengakibatkan komunikasi interpersonal menjadi tidak efektif.

d) Sikap Positif, sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek komunikasi antar personal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Orang yang merasa positif terhadap diri sendiri mengisyaratkan perasaan tersebut kepada orang lain dan merefleksikannya. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi sangat penting untuk interaksi yang efektif.

e) Kesetaraan (*Equality*), keinginan yang secara eksplisit diungkapkan untuk bekerja sama memecahkan masalah tertentu. Komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila ada persamaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, maka mereka dapat saling menghargai dan menghormati perbedaan pandangan.

Menurut Sudjana (2000: 28) ada tiga pola komunikasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan interaksi dinamis dalam upaya memunculkan kesadaran, yaitu : 1) Komunikasi sebagai aksi atau komunikasi satu arah, komunikator berperan aktif sebagai pemberi aksi

dan komunikasi sebagai penerima aksi. Bentuk ini adalah ceramah yang pada dasarnya adalah komunikasi satu arah. 2) Komunikasi sebagai interaksi atau komunikasi dua arah, komunikator dan komunikan dapat berperan sama yakni pemberi aksi dan penerima aksi. Keduanya dapat saling memberi dan saling menerima. 3) Komunikasi banyak arah atau komunikasi sebagai transaksi, komunikasi tidak hanya melibatkan interaksi dinamis antara komunikator dan komunikan tetapi juga dapat melibatkan interaksi dinamis antara unsur-unsur komunikasi lainnya.

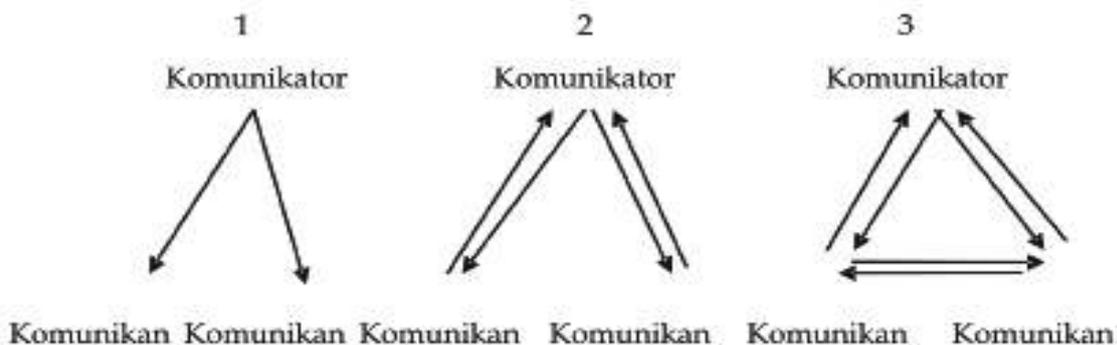
Model komunikasi transaksi memberi tekanan pada proses dan fungsi untuk berbagi dalam hal pengetahuan dan pengalaman. Komunikasi sebagai proses di mana semua peserta ikut aktif secara dinamis dalam memenuhi fungsi sosial sebagai anggota masyarakat (Cangara, 2004: hal. 27).

Komponen komunikasi transaksi menurut Sereno dan Bodaken (1975) dalam Mulyana (2010: 67-74) adalah persepsi, sistem, arti dan proses. Persepsi merupakan pemrosesan terhadap stimuli internal dan eksternal. Komunikasi sebagai proses dinamis yang menimbulkan perubahan pada para peserta komunikasi. Seluruh komponen tersebut saling berhubungan dan dijalankan bersama dalam setiap situasi komunikasi.

Perspektif perbedaan individu memandang bahwa sikap dan organisasi personal psikologis (dalam arti faktor-faktor yang ada dalam diri individu) akan menentukan bagaimana individu memilih stimuli dari lingkungan dan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut (Effendy, 1996:56). Perspektif ini bisa digunakan untuk menjelaskan bagaimana faktor individu (karakteristik) orang menentukan pola komunikasi yang digunakannya.

Di samping faktor individu, faktor lingkungan juga tidak bisa diabaikan. Karena para pembina lapas kelas IIA dalam kesehariannya bersama para warga binaan narapidana narkoba selalu berinteraksi dengan lingkungan sosial. Sehingga pola-pola komunikasi yang terjadi dipengaruhi pula oleh lingkungan sosial tersebut. Hal ini diperkuat oleh pendapat Festinger (1957) dalam Ramdhani (2006) bahwa perilaku manusia tergantung dari pengetahuan, opini, apa yang dipercaya orang mengenai lingkungan dan mengenai diri sendiri. Jadi dalam melakukan pembinaan terhadap narapidana narkoba menggunakan suatu jenis pola komunikasi ditentukan baik oleh faktor individu maupun faktor lingkungan.

Lembaga Pemasarykatan adalah ujung tombak pembinaan narapidana yang dilaksanakan melalui pendidikan, rehabilitasi dan reintegrasi. Pembinaan



Gambar 1. Model Komunikasi Transaksi

narapidana akan berjalan lancar apabila ditunjang oleh berbagai aspek baik sarana maupun prasarana yang memadai. Seorang tahanan dan narapidana perlu dibimbing dan dibina melalui proses pendidikan, dan diberdayakan dalam upaya rehabilitatif serta reintegrasi. Proses pembinaan dan pemberdayaan inilah yang menjadi titik fokus dan metode yang diterapkan dalam pemasyarakatan sebagai upaya dalam memperkecil terjadinya tindak kejahatan kembali. Menurut Soerjobroto (1994:27).

Masyarakat luas mengenal istilah Narkotika yang kini telah menjadi fenomena berbahaya yang populer di tengah masyarakat kita. Ada pula istilah lain yang kadang digunakan adalah Narkoba (Narkotika dan obat-obatan berbahaya). Selain itu ada pula istilah yang digunakan oleh DepKes RI yaitu NAPZA merupakan singkatan dari Narkotika, Psikotropika dan Zat adiktif lainnya. Narkotika dan Psikotropika itulah yang secara umum biasa di kenal dengan Narkoba atau NAPZA. Namun karena hadirnya Undang-Undang Nomor 35 Tahun Tentang Narkotika yang baru, maka beberapa pengaturan mengenai psikotropika dilebur ke dalam perundang-undangan yang baru.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-diskriptif, karena kemampuannya untuk membantu memperjelas gambaran penerapan model komunikasi para konselor Lembaga Pemasyarakatan Narkotika Kelas II A Sleman Yogyakarta terhadap warga binaan tidak cukup dengan pendekatan kuantitatif. Dengan ciri serta prinsip diatas, maka metode ini dipilih. Penelitian ini sangat mengedepankan peneliti untuk belajar bersama dengan masyarakat dan kemudian penelitian

akan menjadikan komunitas beraktifitas sadar dengan pengetahuan mereka tentang pentingnya pengembangan model komunikasi yang lebih efektif untuk diterapkan pihak Lembaga Pemasyarakatan Narkotika Kelas II A Sleman Yogyakarta terhadap warga binaan narapidana narkoba.

Subjek yang dijadikan bahan penelitian ini adalah para narapidana di Lembaga Pemasyarakatan Narkotika kelas II A Sleman, Yogyakarta. Peneliti akan mengambil informan dengan beragam baik dari sisi lama masa tahanan, usia, pendidikan dan tempat asal. Unit analisisnya adalah individu. Informasi dari individu akan dijaring melalui wawancara mendalam (*indepth interview*).

Objek penelitian ini adalah kegiatan pembinaan narapidana di Lembaga Pemasyarakatan

Narkotika kelas II A Sleman Yogyakarta. Kegiatan narapidana ini dibagi menjadi dua, yaitu pembinaan dengan pendekatan umum, serta yang dilakukan dengan pendekatan individual. Dalam pembinaan dengan pendekatan umum, narapidana diberikan bekal keterampilan dan pendidikan yang cukup agar kelak siap kembali dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan dalam pembinaan dengan pendekatan individual dilakukan melalui konseling pribadi yang sifatnya interpersonal komunikasi yang dijalankan konselor dalam menangani para narapidana di lapas kelas II A Sleman, Yogyakarta.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa; a) Data Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan yakni pengurus lapas, petugas konselor dan para narapidana di lapas kelas II A Sleman, Yogyakarta. Data yang didapat dari informan tersebut berwujud hasil hasil survey, rekaman wawancara, hasil pengamatan dan catatan lapangan. b)

Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari sumber lain seperti arsip, dokumen, kepustakaan, data statistik dan lain-lain yang digunakan untuk mendukung penelitian.

Tahapan Penelitian kemudian dilakukan dengan metode multiangulasi yang melibatkan beberapa metode, yaitu: studi pustaka atau *literature*, wawancara (*indept interview*), diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*), dan observasi lapangan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk mengungkap dan menggambarkan pola komunikasi konselor narapidana dalam menjalankan perannya menangani para warga binaan di Lembaga Pemasyarakatan Kelas II A Yogyakarta serta tantangan yang dihadapinya.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Objek Penelitian

Saat ini Lapas narkotika Klas IIA Yogyakarta dihuni oleh 206 orang warga binaan. Seluruh warga binaan berjenis kelamin laki-laki karena sejak 2014 warga binaan yang berjenis kelamin perempuan telah dipindahkan ke Lapas Klas IIA, Wirogunan, Yogyakarta. Dari sebanyak 206 orang warga binaan yang ada 34 orang atau sebesar 16.5 % diantaranya sudah meninggal dunia. Cukup tingginya angka kematian warga binaan di lapas ini disebabkan karena sakit, namun demikian penyebab sakitnya warga binaan belum dapat diketahui dengan pasti. Apakah sakitnya dan meninggalnya warga binaan disebabkan karena ketergantungannya terhadap narkotia atau penyebab lainnya belum dapat diketahui secara pasti karena belum adanya penelitian mendalam terhadap hal ini.

Dari data primer yang diolah juga dapat diketahui tingkat pendidikan warga binaan seperti tergambar dalam tabel. Tabel 1 menunjukkan tingkat pendidikan tertinggi adalah pendidikan

menengah atas sebanyak 87 orang atau sebesar 42%. Dari pendidikan menengah tersebut sebanyak 5 orang berpendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (STM) dan satu orang berpendidikan Aliyah. Apabila dilihat lebih jauh lagi, mereka yang berpendidikan SMA tersebut saat ini sedang duduk di bangku kuliah. Data ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan warga binaan cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tingkat pendidikan yang cukup tinggi masih dapat terpengaruh dengan narkotika. Artinya, tingkat pendidikan yang tinggi tidak berkaitan langsung dengan adanya kesadaran tentang bahaya narkotika.

Dari tabel 1 juga diperoleh data, tingkat pendidikan yang tidak teridentifikasi cukup tinggi yaitu sebanyak 57 orang atau sebesar 27.6%. Tingginya data pendidikan yang tidak teridentifikasi ini dapat disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, disebabkan oleh ketertutupan warga binaan terhadap tingkat pendidikannya, ketika dimintai keterangan oleh petugas, warga binaan tidak bersedia memberikan keterangan tentang tingkat pendidikannya. Kedua, karena memang petugas lalai dalam mencatat dan mengumpulkan informasi mengenai tingkat pendidikan warga binaan. Ketiga, karena memang warga

Tabel 1. Tingkat Pendidikan Warga Binaan

No.	Tingkat Pendidikan Warga Binaan	Frekuensi	Prosentase
1.	Tidak sekolah	1	0.6 %
2.	Sekolah Dasar	16	7.8 %
3.	SMP	31	15%
4.	SMA/STM/ Aliyah	87	42%
5.	Diploma Tiga	7	3.5%
6.	Sarjana	7	3.5%
7.	Tidak teridentifikasi	57	27.6%
Jumlah		206	100

Sumber: Bag. Adm. LP Narkotika Yogyakarta, data per 7 Mei 2015

binaan tidak memiliki tingkat pendidikan tertentu. Dalam hal ini, kemungkinan pertama yang berpeluang lebih besar disebabkan, korban narkoba biasanya adalah orang yang tertutup terhadap identitas dirinya.

Warga binaan yang berpendidikan sarjana dan diploma tiga ada sebanyak 14 orang atau hanya sebesar 7% saja. Data ini cukup melegakan karena sedikit banyak orang yang berpendidikan tinggi hanya kecil saja terpengaruh oleh narkoba. Hal ini dapat dipergunakan sebagai data awal yang menunjukkan terjadinya hubungan antara pendidikan dengan penggunaan narkoba. Suatu hal yang cukup memprihatinkan, masih terdapat satu orang korban narkoba yang tidak berpendidikan dan masih terdapat 16 orang atau sebesar 7.8% yang tingkat pendidikannya adalah Sekolah Dasar. Tingkat pendidikan yang rendah ternyata masih cukup rentan terkena pengaruh narkoba. Bisa jadi karena kurangnya pemahaman mengenai bahaya narkoba yang menyebabkan orang-orang ini terjatuh dalam ketergantungan narkoba. Data ini sekali lagi memperlihatkan bahaya narkoba dapat menjerat siapa saja, bahkan mereka yang berasal dari kalangan bawah.

Tabel 2 menyajikan tingkat usia warga binaan. Usia yang ada dikategorikan ke dalam enam kategori usia selain usia di bawah 20 tahun dan usia di atas 40 tahun, rentang usia yang dibuat adalah lima tahun. Rentang usia lima tahun ini dibuat untuk dapat merinci kategori usia warga binaan. Kategori ini diperlukan untuk melihat usia sekolah, usia kuliah dan usia produktif dan usia produktif lanjut sampai menjelang pensiun.

Data tabel 2 memperlihatkan pengguna narkoba di usia sekolah dan persiapan kuliah kecil jumlahnya yaitu hanya 4 orang yang berusia di bawah 20 tahun. Data ini cukup melegakan mengingat

mereka yang masih di usia sekolah belum banyak yang terkena pengaruh narkoba. Sedangkan data yang cukup memperhatikan sebagian besar mereka yang terperangkap narkoba adalah mereka yang berada di usia pendidikan kuliah.

Dari Tabel 2 dapat diperoleh informasi penting, pengguna narkoba yang tertangkap sebanyak 54 orang atau sebesar 26.2% adalah mereka yang dalam usia sangat produktif yaitu di usia 20-25 tahun yaitu di usia menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Hal ini sesuai dengan data yang terlihat di tabel 1. Mereka yang berada di usia sma dan di bangku kuliah yang jumlahnya sangat besar. Data ini tentunya sangat memprihatinkan mengingat usia produktif yang seharusnya dimanfaatkan sebaik-baiknya dalam pengembangan diri dan memulai karir justru terjerembab ke dalam penyalahgunaan narkoba.

Seorang informan yang berasal dari luar Jawa yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah seorang mahasiswa semester satu di Jurusan Teknik Arsitektur sebuah Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta tampak sangat menyesali perbuatannya karena waktu yang seharusnya dipakai untuk menuntut ilmu di bangku kuliah justru harus dihabiskan di balik tembok Lapas yang sangat tertutup.

“saya akan melanjutkan kuliah di Jurusan Arsitektur lagi setelah ke luar dari sini. Saya berjanji pada diri saya sendiri tidak akan mengulangi perbuatan

Tabel 2. Tingkat Usia Warga Binaan

No.	Usia Warga binaan	Frekuensi	Prosentase
1.	Di bawah 20 tahun	4	1.9%
2.	20 th. - 25 th.	54	26.2%
3.	26 th. - 30 th.	53	25.7%
4.	31 th. - 35 th.	45	22%
5.	36 th. - 40 th.	25	12.1%
6.	Di atas 40 th.	25	12.1%
	Jumlah	206	100

saya. Saya menyesal telah melakukan perbuatan saya menghisap ganja. Kasihan pada orang tua dan saudara-saudara saya yang sudah banyak berkorban untuk kuliah saya”.

Pemuda yang berusia 20 tahun ini tampak sekali menyesali perbuatannya dan berniat tidak akan mengulangi perbuatannya lagi. Tapi penyesalannya itu tidak dapat mengurangi hukumannya di balik tembok Lapas. Tapi setidaknya harapan masih terpancar pada pemuda lajang yang diganjar hukuman 1 tahun 2 bulan kurungan itu.

Data tabel 2 juga memperlihatkan, mereka yang diusia produktif lanjut masih cukup besar yaitu 12 % atau sebanyak 20 Orang. Angka ini memperlihatkan bahwa tingkat kematangan dan kedewasaan orang masih tetap dapat terpengaruh oleh narkoba. Narkoba tidak hanya menarik bagi mereka yang diusia produktif, usia kuliah melainkan juga di usia produktif lanjut bahkan di usia pensiun. Mereka yang berada di usia tersebut seharusnya sudah matang tingkat kedewasaannya dan cukup pintar untuk memilih hal yang merugikan kehidupan, tapi kenyataannya masih terjebak juga di bawah pengaruh narkoba.

Mereka yang di usia produktif justru yang lebih banyak terpengaruh dengan narkoba yaitu usia 31 - 40 tahun ada sebanyak 34.2% atau sebanyak 70 orang. Data ini sangat memprihatinkan, alasan sebagian dari mereka yang terjebak pada narkoba adalah dalam menjalankan pekerjaannya mereka membutuhkan rangsangan atau dorongan yang diakibatkan oleh narkoba seperti dikemukakan oleh salah satu informan yang bekerja sebagai salah seorang disainer grafis sebagai berikut:

“Saya menggunakan ganja untuk doping di dalam pekerjaan saya yang membutuhkan ide-ide kreatif. Dalam dunia seni seperti yang saya geluti, ide kreatif sangat diperlukan. Ide kreatif ini dapat saya peroleh kalau saya di bawah

pengaruh ganja”. Bekerja rasanya menjadi lebih enak dan lancar”.

Lebih parah lagi, informan tersebut justru beranggapan bahwa ganja sebenarnya bukanlah barang haram. Menurutnya, ganja tidak termasuk narkoba yang dapat menimbulkan kecanduan. Karena ganja tidak terbuat dari bahan-bahan kimia, ganja adalah buatan alam seperti halnya rokok. Ganja hanyalah seperti rokok biasa, bahkan di beberapa negara seperti di Belanda, ganja sudah menjadi barang legal. Alasan seperti ini, mulai banyak diyakini oleh pengguna ganja. Indikasi itu terlihat dari adanya gerakan di kalangan generasi muda di masyarakat yang menuntut supaya ganja dijadikan sebagai barang legal. Hal ini tentunya harus menjadi perhatian pemerintah, agar tidak semakin banyak generasi muda yang terjebak dengan pembenaran-pembenaran ini.

Lembaga Pemasarakatan Narkotika Klas IIA Yogyakarta selain dihuni oleh warga binaan asal Yogyakarta juga terdapat warga binaan yang berasal dari luar Yogyakarta, bahkan luar pulau Jawa. Warga binaan yang berasal dari wilayah Jawa tengah misalnya yang berasal dari Surakarta dan Semarang. Sedangkan warga binaan yang berasal dari luar Jawa berasal dari Propinsi Aceh Nangroe Darussalam, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur.

Kondisi Lembaga Pemasarakatan Narkotika Klas II A Yogyakarta

Lembaga Pemasarakatan (Lapas) Narkotika Klas IIA Yogyakarta dibentuk berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor : M.04- PR.07.03 Tahun 2007, Tanggal 23 Pebruari 2007, dengan klasifikasi II A, adalah salah satu Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bidang Pemasarakatan termasuk dalam wilayah kerja Kantor Wilayah Departemen Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta, berlokasi

di Jalan Kaliurang Km. 17 Kelurahan Pakembinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, berdiri diatas tanah sultan (*Sultan Ground*) seluas 30.170 m², dengan luas bangunan 8.579,46 m² dan mampu menampung kurang lebih 474 orang.

Lembaga ini memiliki visi: pertama memulihkan kesatuan hubungan hidup, kehidupan dan penghidupan warga binaan pemsyarakatan sebagai individu, anggota masyarakat dan makhluk Tuhan Yang Maha Esa (membangun manusia mandiri). Kedua, menanggulangi penyalahgunaan narkoba dan badan adiktif berbahaya (narkoba). Sedangkan misi dari lembaga ini ada dua yakni: melaksanakan pembinaan warga binaan pemsyarakatan dalam kerangka penegakan hukum, pencegahan dan penanggulangan penyalahgunaan narkoba serta pemajuan dan perlindungan hak asasi manusia dan melaksanakan pembinaan dan pengamanan warga binaan khusus penyalahgunaan narkoba, antara lain dengan melakukan rehabilitasi medik dan sosial.

Tujuan dari keberadaan lembaga ini adalah memberikan pembinaan paripurna kepada warga binaan pemsyarakatan secara terpadu melalui aspek hukum, aspek tmedis, aspek sosial, dan aspek spiritual serta mengembangkan pendidikan dan pelatihan pencegahan dengan penanggulangan penyalahgunaan narkoba. Tujuan berikutnya adalah membentuk warga binaan pemsyarakatan agar menjadi manusia seutuhnya, menyadari kesalahan, memperbaiki diri dan tidak menyalagunakan narkoba sehingga dapat diterima kembali oleh lingkungan masyarakat dapat aktif berperan dalam pembangunan dan dapat hidup secara wajar sebagai warga yang baik dan bertanggung jawab.

Pola Komunikasi dan Pembinaan di Lapas Narkotika Kelas II A Yogyakarta

Pola Komunikasi Informal

Lapas narkotika klas IIA Yogyakarta mengembangkan pola komunikasi yang mengembangkan tidak adanya diskriminasi terhadap warga binaan. Semua warga binaan diperlakukan sama sesuai dengan hak-hak dasarnya. Komunikasi dalam rangka pembinaan yang demikian sesuai dengan Undang-Undang No. 12 tahun 1995, pada Bab III pasal 15 yang berbunyi: warga binaan wajib mengikuti secara tertib program pembinaan dan kegiatan tertentu. Jadi komunikasi yang sama diperlakukan terhadap semua warga binaan.

Dalam menjalin komunikasi dengan warga binaan, petugas diharapkan dapat menempatkan diri ke dalam tiga posisi: petugas, orang tua dan teman. Posisi sebagai petugas dalam komunikasinya harus tetap dapat menjaga hubungan yang baik dan menegakkan nilai-nilai disiplin. Petugas harus dapat mengetahui batas-batasnya sebagai petugas yang harus menegakkan aturan dan disiplin warga binaannya. Dalam posisi sebagai orang tua, petugas diharapkan dapat mengayomi, melindungi dan memberikan nasehat-nasehat yang sekiranya diperlukan oleh warga binaan. Sedangkan dalam posisinya sebagai teman, petugas harus selalu bersedia menjadi penampung curahan hati warga binaan dalam menghadapi masalahnya. Sebagai teman, petugas harus dapat dipercaya oleh warga binaan untuk paling tidak mendengarkan suara hati, curahan hati, unek-unek atau bahkan kekecewaan-kekecewaan yang ditumpahkan oleh warga binaan.

Kemampuan untuk menempatkan diri ke dalam tiga posisi inilah yang dapat mendorong terjadinya komunikasi yang baik antara petugas dengan warga binaan. Keberhasilan menjalin komunikasi ini

dirasakan penting tidak hanya bagi warga binaan melainkan juga bagi petugas sendiri. Mengingat keterbatasan petugas yang ada dibanding dengan jumlah warga binaan, maka untuk menghindari konflik dan bahkan demonstrasi warga binaan yang dapat mengancam keselamatan seluruh penghuni Lapas, sangat penting dibangun komunikasi yang terbuka dan saling menghargai.

Komunikasi yang terbuka dan saling menghargai selain dimulai dengan tiadanya diskriminasi terhadap warga binaan, juga dilakukan dengan mulai memberi kepercayaan kepada para warga binaan. Warga binaan yang dinilai memiliki perilaku yang baik, dipercaya untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu di luar blog yang mereka huni. Pekerjaan yang diberikan seperti menjaga perpustakaan di Lapas, membantu membersihkan ruang-ruang kantor di dalam Lapas dan menyelesaikan tugas-tugas ringan yang ada seperti membagikan konsumsi bagi sesama warga binaan ketika sedang menyelenggarakan acara-acara tertentu seperti pengajian dan acara-acara lainnya.

Keakraban antara petugas dengan warga binaan telah menghasilkan komunikasi yang saling percaya dan memahami satu sama lain sehingga terbentuklah suasana yang kondusif. Dari pola komunikasi yang dikembangkan warga binaan merasa memiliki kepercayaan dan hubungan baik dengan petugas seperti yang dikemukakan oleh informan berikut ini:

“hubungan kami baik. Bahkan saya sering mempercayakan masalah yang saya hadapi kepada petugas, misalnya saya sering minta petugas menghubungi isteri saya untuk membawakan barang-barang keperluan saya. Saya juga sering meminta petugas untuk menyediakan fasilitas tertentu yang saya butuhkan, karena saya suka melukis, saya minta peralatan melukis dan itu disediakan oleh pihak Lapas”.

Hal-hal seperti yang digambarkan oleh informan di atas setidaknya menunjukkan tidak terjadinya komunikasi yang macet antara petugas dengan warga binaan.

Selain komunikasi informal yang dilakukan antara warga binaan dengan petugas di atas, komunikasi juga terjadi melalui program bimbingan dan konseling yang dilakukan untuk kepentingan para napi. Bagi napi yang beragama Katolik disediakan bimbingan dan konseling yang dilakukan oleh konselor dari luar. Konselor dari luar berasal dari sebuah LSM yang memiliki perhatian terhadap permasalahan warga binaan. Pendekatan religius yang dipergunakan dalam konseling ini. Warga binaan lebih diberi wawasan religi dalam menyelesaikan permasalahannya. Keekatan dengan Tuhan menjadi pokok penting dalam konseling ini.

Pola Komunikasi Formal dan Pembinaan

Selain komunikasi informal yang dikembangkan, juga terdapat pola komunikasi formal yang dikembangkan dalam pembinaan terhadap warga binaan. Pelaksanaan pembinaan narapidana di atur di dalam pasal 7 Peraturan Pemerintah No.31 tahun 1999 Tentang Pembinaan dan pembimbingan Warga Binaan Pemasyarakatan yakni: pembinaan narapidana dilaksanakan melalui beberapa tahap pembinaan; dan tahap pembinaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) terdiri dari tiga tahap, yaitu: tahap awal; tahap lanjutan; dan tahap akhir. Surat Edaran Direktorat Jenderal Pemasyarakatan/Bina Tuna Warga No. KP.10.13/3/31 tentang pemasyarakatan sebagai proses, maka hendaknya disalurkan tahap demi tahap guna menghindari kegagalan dari akibat-akibat yang tidak diinginkan.

Tahapan-tahapan pembinaan tersebut dapat dirangkum dalam tahapan sebagai berikut; pertama, narapidana

yang akan memasuki Lapas hendaknya dikenali dan diketahui dahulu apa kekurangan dan kelebihanannya. Apa sebab-sebab sampai dia melakukan tindak pidana, dan lain-lain hal tentang dirinya. Berdasarkan pada pengetahuan seperti itu kemudian dapat dilakukan usaha-usaha pembinaan selanjutnya.

Kedua, seandainya pembinaan narapidana dan hubungan dengan masyarakat telah berjalan selaras selama 1/3 dari masa pidana yang harus dijalani dan menurut pendapat Dewan Pembinaan {Pemasyarakatan sudah dicapai kemajuan dalam proses maka dapat dipindah ke Lembaga Pemasyarakatan yang tingkat keamanannya menengah. Di tempat yang baru ini narapidana diberi tanggungjawab yang lebih besar, lebih-lebih dalam tanggungjawab terhadap masyarakat luar.

Ketiga, jika sudah dijalani kurang lebih separuh masa pidana yang sebenarnya dan menurut Dewan Pembina Pemasyarakatan (DPP) proses pemsayarakatan telah mencapai kemajuan, baik mengenai narapidana maupun unsur-unsur masyarakat, maka wadah perlu diperluas yaitu dengan usaha asimilasi narapidana pada kehidupan masyarakat luar seperti ikut dalam kegiatan sekolah umum, beribadah berolahraga dll. Keempat, jika sudah menjalani 2/3 dari masa pidana sebenarnya, sedikit (sembilan) bulan dapat dilepaskan dengan pelepasan bersyarat. Pada tahap ini wadah proses pelepasan berupa masyarakat luar yang luas.

Pembinaan di BAPAS (Balai Pemasyarakatan)

Pembinaan pada masa proses pelepasan yang dilakukan bagi warga binaan tersebut terselenggara atas kerjasama dengan institusi lain yang bernama Bapas (Balai Pemasyarakatan) Klas I di Yogyakarta. Balai Pemasyarakatan Kelas I Yogyakarta terletak di Jalan Trikora 1 Yogyakarta (sebelah utara Alun-alun Utara Yogyakarta).

Balai Pemasyarakatan (BAPAS) adalah pranata untuk melaksanakan bimbingan kemasyarakatan, dalam hal ini berbeda dengan Lembaga Pemasyarakatan (LAPAS) dimana LAPAS adalah tempat untuk melaksanakan pembinaan narapidana atau warga binaan dan anak didik pemasyarakatan. Program pembinaan terhadap warga binaan di LAPAS dan BAPAS agar dapat menjadi manusia yang bertanggungjawab serta tidak mengulangi tindak kejahatan tersebut dan dapat diterima oleh masyarakat, maka mereka diberi bimbingan rohani, bimbingan psikis dan bimbingan kegiatan kerja.

Seseorang yang melakukan pelanggaran hukum termasuk tidak pidana narkoba setelah menjalani pembinaan didalam Pembinaan didalam LAPAS tersebut diperlukan adanya suatu program agar proses pembinaan dapat tercapai. Sedangkan pembinaan yang ada diluar LAPAS di laksanakan oleh Balai Pemasyarakatan (BAPAS), yang dalam Pasal 1 ayat 4 UU No.12 Tahun 1995 tentang Pemasyarakatan, menyatakan bahwa BAPAS adalah suatu pranata untuk melaksanakan bimbingan klien Pemasyarakatan. Balai Pemasyarakatan (BAPAS) sendiri mempunyai tugas dan fungsi menyelenggarakan sebagian dari tugas pokok Direktorat Jendral Pemasyarakatan dalam menyelenggarakan pembimbingan klien pemasyarakatan didaerah. Bentuk dari bimbingan yang diberikan macam-macam, mulai dari pemberian pembinaan tentang agama, keterampilan, sampai pada pembinaan kepribadian. Bimbingan ini diberikan dengan tujuan agar klien dapat hidup dengan baik didalam masyarakat sebagai warga negara serta bertanggungjawab, untuk memberikan motivasi, agar dapat memperbaiki diri sendiri, dan tidak mengulangi kejahatan (residive). Pembimbingan terhadap klien dewasa meliputi pembimbingan terhadap nara-

pidana yang memperoleh Pidana bersyarat, Asimilasi, Pembebasan Bersyarat, Cuti Menjelang Bebas (CMB) dan Cuti Bersyarat (CB), Pidana Pengawasan (Pidwas).

“Sekitar 40 persen klien Balai Pemasarakatan (Bapas) Kelas I Yogyakarta merupakan pengguna narkoba. Sedangkan klien Bapas yang kembali melakukan tindak pidana cukup kecil, yakni dari 300 klien tiap bulannya hanya 19 klien yang mengulangi tindak pidana. klien dari Bapas adalah nara pidana menjalani bebas bersyarat, cuti bersyarat cuti menjelang bersyarat dan pidana bersyarat. Tiap bulan, rata-rata klien Bapas kelas I Yogya sebanyak 300 orang” (wawancara dengan Kepala Bapas Kelas I Yogyakarta Hardjani Pudji Astini BcIP SSo, 5 Juni 2015).

Terdapat banyak kegiatan untuk membina klien kasus narkoba, misalnya pada akhir bulan Mei 2015 “...sebanyak 50 klien Balai Pemasarakatan Kelas I Yogyakarta terdiri 45 orang laki-laki dan 5 perempuan melakukan tes urin dan tes darah di Kantor Bapas, Jalan Yogyakarta. Hasil dari tes tersebut dirahasiakan dan menjadi catatan bagi BAPAS dalam upaya penyuluhan lebih lanjut. BAPAS juga bekerjasama dengan Puskesmas Gedongtengen seluruh klien binaan Bapas Kelas I DIY mendapatkan paparan pengetahuan tentang kesehatan Seksual dan penyuluhan bahaya HIV...” (wawancara dengan Kasi Bimbingan Klien Dewasa, Sri Rahayu Prakarsawati, 8 Juni 2015)

Seorang warga binaan ketika mereka keluar dari LAPAS, selanjutnya mereka akan diberi bimbingan oleh BAPAS. Dalam hal pembinaan terhadap klien, pihak BAPAS tidak membedakan jenis kasus pelanggaran yang dimiliki klien. Setiap klien pada satu bulan pertama diwajibkan apel atau hadir di kantor BAPAS untuk melakukan konseling. Apabila klien tersebut dinilai tertib maka apel atau wajib hadir dikantor BAPAS mulai di beri keringanan dari satu minggu sekali menjadi dua minggu

sekali, dan seterusnya sampai pihak klien benar-benar bisa dinilai bagus dalam berorientasi kemasyarakatan. Tugas BAPAS dalam membina klien tidak semata-mata memberikan tugas wajib hadir di kantor BAPAS untuk konseling namun pihak klien juga di bekal dengan bimbingan ketrampilan. Salah satunya ialah bimbingan kegiatan kerja bagi klien pemasarakatan agar ketika mereka tidak lagi menjadi narapidana. Mereka dapat memenuhi kehidupan mereka serta menjadi manusia yang memiliki bekal untuk bertahan hidup. menciptakan lapangan pekerjaan kepada klien agar mendapatkan pekerjaan serta dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, yaitu wirausaha membuat telur asin, warung angkringan, sablon, dan lain-lain. Dengan demikian, ketika para klien atau warga binaan keluar dari LAPAS, mereka dapat memiliki kemampuan wirausaha.

Komunikasi dalam Pembinaan melalui Konsep *Therapeutic Community*

Mulai bulan Mei 2015, Lapas Klas IIA Yogyakarta telah ditunjuk oleh Badan Narkotika Nasional sebagai lapas yang menyelenggarakan konsep rehabilitasi sosial yang disebabkan oleh penyalahgunaan narkoba. Program akan berjalan selama tiga bulan dengan peserta program sebanyak 60 oarang warga binaan.

Penyelenggaraan reahabilitasi yang dilaksanakan di Lembaga Narkotika Klas II Yogyakarta didasarkan pada undang-undang No 35 tahun 2009 dan rehabilitasi bagi warga binaan Pemasarakatan penyalahgunaan Narkoba di Lapas dan Rutan didasarkan pada Surat Edaran Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Nomor: M.HH-01.PK.01.06.10 tahun 2015 tentang mekanisme pelaksanaan Bagi warga Binaan Pemasarakatan Penyalahgunaan Narkoba di Lapas dan Rutan dan surat Direktur Jenderal Pemasarakatan

Nomor.: PAS.PK.01.06.10-182 tanggal 21 April 2015 perihal petunjuk Pelaksanaan Surat Edaran Menteri Hukum dan HAM RI tentang Mekanisme Pelaksanaan bagi WBP.

Konsep *Therapeutic Community*

Konsep *Therapeutic Community* (TC) adalah suatu metode rehabilitasi sosial yang ditujukan kepada korban penyalahgunaan narkoba, yang merupakan sebuah keluarga terdiri dari orang-orang yang mempunyai masalah yang sama dan memiliki tujuan yang sama, yaitu menolong diri sendiri dan sesama yang dipimpin oleh seseorang dari mereka, sehingga terjadi perubahan tingkah laku dari yang negatif ke arah tingkah laku yang positif.

TC adalah sekelompok orang dengan masalah yang sama, yang berkumpul untuk saling bantu dalam mengatasi masalah yang dihadapinya. Dengan kata lain, man helping man to help himself, yaitu seseorang menolong orang lain untuk menolong dirinya. Dalam program TC kesembuhan diciptakan melalui perubahan persepsi/pandangan alam (*the renewal of worldview*) dan penemuan diri (*self discovery*) yang mendorong pertumbuhan dan perubahan.

Simpulan

Pola komunikasi dan pembinaan dalam rehabilitasi pengguna narkoba di lapas Klas II Yogyakarta terdiri dari dua pola. Pertama, pola komunikasi informal dan pola komunikasi formal. Pola komunikasi informal berlangsung dalam situasi yang akrab, terbuka dan saling menghargai. Pola komunikasi yang dikembangkan seperti ini sangat efektif menjaga kepercayaan warga binaan dengan petugas sehingga terbentuk suasana yang kondusif.

Pola komunikasi yang sifatnya informal juga dilakukan dalam bentuk ceramah-ceramah keagamaan yang terjadwal, bimbingan konseling dengan

konselor dari luar Lapas yang hadir seminggu sekali dan kegiatan-kegiatan di luar kamar lainnya. Kegiatan di luar kamar dilakukan lebih pada pengembangan keterampilan dan hobi di bengkel-bengkel yang dimiliki oleh Lapas.

Namun pola komunikasi informal ini masih belum bisa menyentuh pada aspek kesadaran warga binaan untuk tidak mengulangi lagi perbuatannya. Komunikasi informal semacam ini, masih hanya berlaku bagi pergaulan sehari-hari belum menyentuh pada aspek penyadaran. Aspek penyadaran baru dapat digarap melalui pola komunikasi yang lebih formal dan intensif dan terstruktur sifatnya.

Pola komunikasi formal yang intensif dan terstruktur dilakukan dengan dua pendekatan. Pertama dengan pendekatan *community base treatment*. Kedua dengan *therapeutic community*. Pendekatan *community base treatment* adalah dengan memilih beberapa warga binaan yang telah sesuai dengan persyaratan untuk kembali bebas dengan melalui serangkaian wawancara dengan warga binaan dan orang luar atau unsur dari masyarakat yang dianggap dapat menjamin dan mengerti perkembangan warga binaan seandainya mereka bebas. Program ini dikembangkan bersama institusi lain yang dikenal dengan BAPAS. Apabila warga binaan sudah di luar tahanan. Disinilah Bapas akan melakukan pembinaan terhadap warga binaan yang bersangkutan.

Konsep kedua yang dilakukan adalah dengan konsep *therapeutic community*. Konsep ini masih baru dikembangkan di Lapas Klas II Yogyakarta yaitu baru dimulai pada bulan Mei tahun 2015. Konsep rehabilitasi ini dilakukan selama tiga bulan dengan peserta adalah 60 orang warga binaan yang memenuhi syarat. Persyaratannya adalah: WBP yang masa pidananya 3 (tiga) sampai 6 (enam) bulan,

atau sedang dalam proses pengusulan cuti Bersyarat (CB), Cuti Menjelang Bebas (CMB) atau sedang dalam proses Pembebasan Bersyarat (PB) dan WPB pengguna berdasarkan hasil assesment. Komunikasi akan berjalan secara inten dengan residen yang merupakan petugas yang mengelola pelatihan ini. Tim residen yang ada bertanggungjawab terhadap penanggungjawab program yang telah ditunjuk oleh Kalapas.

Konsep *Therapeutic Community* (TC) adalah suatu metode rahabilitasi sosial yang ditujukan kepada korban penyalahguna napza, yang merupakan sebuah keluarga terdiri dari orang-orang yang mempunyai masalah yang sama dan memiliki tujuan yang sama, yaitu menolong diri sendiri dan sesama yang dipimpin oleh seseorang dari mereka, sehingga terjadi perubahan tingkah laku dari yang negatif ke arah tingkah laku yang positif. Implikasi penelitian ini membentuk warga binaan menjadi manusia yang kembali utuh setelah ketergantungannya terhadap narkoba.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- DeVito, Joseph A. 2010. *Komunikasi Antar Manusia* (Edisi 5). Jakarta: Kharisma Publishing.
- Mulyana, Dedy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moekijat. 1993. *Teori Komunikasi*. Bandung: Madar Maju.
- Soerjbroto, Bahroedin, 1994. *Dasar, Tujuan dan Kedudukan Pemasarakatan*. Yogyakarta: Liberty.

Sudjana, 2000, *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Agensindo.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 1995 tentang Pemasarakatan.

Jurnal

Indiyah, Faktor-Faktor Penyebab Penyalahgunaan Napza: Studi Kasus Pada Narapidana Di LP Klas II/A Wirogunan Yogyakarta. *Jurnal Kriminologi Indonesia* Vol. 4 No. I September 2005 .

Haryanto Dwiatmojo, Pelaksanaan Pidana dan Pembinaan Narapidana Narkotika (Studi terhadap Pembinaan Narapidana di Lembaga Pemasarakatan Narkotika Klas IIA Yogyakarta). *Jurnal Perpektif*, Volume XVIII, No. 2 Tahun 2013.

Jurnal Sociodev, FISIP UNTAN. Volume 2 Nomor 2, Agustus 2013.

Internet

(<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/jawa-tengah-diy-nasional/13/12/30>)

<http://news.okezone.com/read/2014/01/23/337/930885>

(<http://www.antaraneews.com/berita/349418/polri-ungkap-26561>)

(<http://www.bnn.go.id/artikel/11535/narkoba-cederai-anak-bangsa>)

(<http://dedihumas.bnn.go.id/read/section/berita/2013/07/25/708/semangat-bersama>)

(<http://www.tempoco.com/read/news/2009/04/28>)

MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL GENERASI MUDA SUKU BATAK KARO DI YOGYAKARTA MELALUI TRADISI ERTUTUR

Bastanta Bernardus Peranginangin dan Yudi Perbawaningsih

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281, Telp (0274) 487631, Hp. 081578784411
email: bernardusperanginangin@gmail.com

Abstract

Karonese Batak tribe has ertutur tradition. It is communication of someone when meet people for the first time to get position in the custom and family relationship (pertuturen). When someone meets people for the first time, he or she reduces uncertainty by information seeking. This paper aims at analysing ertutur Karonese tradition as interpersonal communication model for Karonese young people living in Yogyakarta using uncertainty reduction theory. Using qualitative method, data were collected by in-depth interview and participatory observation to Karonese young people living in Yogyakarta. The research found that many young Karonese people living in Yogyakarta have difficulties in starting communication. Ertutur tradition can be one way to start communication.

Key Words: Interpersonal Communication, uncertainty reduction theory, ertutur, Karo.

Abstrak

Suku Batak Karo memiliki Tradisi ertutur yang merupakan komunikasi seseorang ketika pertama kali bertemu dengan orang lain untuk mendapatkan kedudukan dalam adat dan keterkaitan kekeluargaan (pertuturen). Ketika orang pertama kali bertemu, mengurangi ketidakpastian dengan mencari informasi (information seeking). Tujuan penelitian ini untuk menganalisis tradisi ertutur Karo sebagai model komunikasi interpersonal generasi muda perantau di Yogyakarta. Teori yang digunakan antara lain Uncertainty Reduction Theory. Metode penelitian secara kualitatif dengan pengumpulan data wawancara mendalam serta observasi partisipan di kalangan pemuda pemudi Karo yang merantau di Yogyakarta. Hasil penelitian ditemukan banyak generasi muda kesulitan dalam memulai komunikasi. Tradisi ertutur ini dapat menjadi cara dalam memulai komunikasi.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Uncertainty Reduction Theory, ertutur, Karo

Pendahuluan

Dalam menjalin sebuah relasi, sikap saling memahami menjadi modal utama dalam membangun relasi tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh bahasa, latar belakang (budaya) dan tujuan, hingga terbangun kontak sosial dalam relasi itu sendiri maupun dengan orang disekitar kita. Relasi yang terjalin tersebut bergantung pada cara setiap pihak dalam mengkomunikasikan diri (verbal maupun non verbal). Dalam relasi yang baik dengan saling memahami tersebut, harus terdapat kemampuan untuk

berpikir maupun berperilaku seperti yang kita (saling) inginkan (Mulyana, 2010:4). Komunikasi tersebut terbentuk suatu interaksi dan secara bersama-sama sampai pada tujuan yang sama.

Setiap orang membangun relasi membutuhkan kemampuan untuk berkomunikasi. Terlebih dalam relasi interpersonal, karena “keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi” (Mulyana, 2010:81). Selain itu pengakuan satu sama lain menjadi pondasi yang penting dalam membina relasi interpersonal

tersebut. Relasi interpersonal tentu membutuhkan komunikasi interpersonal juga sehingga terwujud perkataan yang benar dan perbuatan yang baik dalam relasi tersebut. Terlebih sebagai bangsa Indonesia yang memiliki beragam suku, budaya, tradisi dan adat istiadat. Salah satu suku itu adalah suku Batak di Sumatera Utara. Suku batak memiliki sub-sub salah satunya adalah Suku Batak Karo. Suku Batak karo memiliki tradisi yang dilakukan oleh setiap orang Batak ketika pertama kali berjumpa dan bertemu. Menurut Edward Wvana-Pritchard (1986:154) dalam tulisan Yulius Limbong dalam bukunya berjudul "Orat Tutar Karo" tahun 1995 disebutkan :

Dalam tiap-tiap masyarakat (Batak Karo), walaupun dalam bentuk yang paling sederhana sekali, kita akan dapat menemui suatu bentuk kehidupan keluarga, pengakuan mengenai ikatan kekeluargaan, sistem ekonomi dan politik, status sosial, ibadah agama, cara menyelesaikan konflik dan hukuman terhadap penjahat dan lain-lain disampingkan kebudayaan terhadap material, suatu kumpulan pengetahuan mengenai alam semesta, taknik dan tradisi (Limbong, 1995: 3)

Guna mengetahui kekeluargaan tersebut suku Batak memiliki tradisi untuk memulai pembicaraan. Suku Batak Karo menyebut tradisi tersebut ertutur. Tradisi ertutur adalah suatu keharusan atau suatu proses untuk menentukan pertuturan (hubungan) berdasarkan margalima (5) macam (mergasilima), tutur delapan (tutar siwaluh) dan ikatan tiga (3) macam (rakut sitelu) (Barus, 1995:30). Suku Batak Karo yang menganut sistem Patrilineal untuk merujuk pada penentu garis keturunan yang disebut Marga (Ulih, 1995:5). Dewasa ini kecenderungan generasi muda untuk memahami esensi dasar dari tradisi ertutur mulai terkikis.

Generasi muda suku Batak kurang memahami kaidah tradisi yang didasari oleh merga silima, tutur siwaluh dan rakut sitelu (Hutagaol, 2013: 3). Hal ini berakibat pada perilaku generasi muda Batak Karo dalam menempatkan diri terhadap sesama orang Batak maupun terhadap orang yang lebih tua.

Ketika orang Batak Karo pertama kali bertemu tradisi ertutur ini menjadi awal mula berlangsungnya pembicaraan atau komunikasi. Pembicara saling bertukar informasi. Informasi yang ada menjadi landasan dalam menciptakan tujuan yang sama berupa kesepakatan dari tutur mereka. Komunikasi dalam ertutur ini mencakup komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal yang berjalan dengan aktif ketika proses komunikasi yang berlangsung membantu seseorang untuk merasa lebih baik secara fisik dan psikologis (West dan Turner, 2009:24). Pada semua proses komunikasi tersebut akan ada suatu keterkaitan hubungan pada kedua belah pihak yang ingin berkomunikasi. Penelitian ini akan mencoba menjelaskan cara orang Batak mengawali komunikasi dengan Ertutur. Mencari informasi (information seeking) dengan ertutur sehingga sampai pada kesepakatan dan diharapkan dapat mengurangi ketidaknyamanan dan penilaian subyektif pihak yang berkomunikasi (West dan Turner, 2009:175).

Dari sebab itu dapat peneliti rumuskan permasalahan adalah bagaimana tradisi ertutur suku Batak Karo sebagai model komunikasi interpersonal generasi muda perantau di Yogyakarta? Peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat menjawab permasalahan yang ada sehingga dapat memahami tradisi ertutur suku Batak Karo sebagai model komunikasi interpersonal generasi muda perantau di Yogyakarta.

Kerangka Teori

Deddy Mulyana mendefinisikan bahwa komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap setiap reaksi secara langsung baik verbal maupun non verbal. Selain itu kualitas atau intimitas komunikasi interpersonal atau antarpribadi ini ditentukan oleh peserta komunikasi (Mulyana, 2010:81). Proses komunikasi ini berjalan sesuai dengan situasi dan kondisi dari peserta. Dalam komunikasi interpersonal ini melibatkan dua orang dalam jarak yang dekat (*dyadic communication*). Komunikasi Interpersonalsangat erat kaitannya dengan relasi yang terjalin antara komunikand dan komunikator. Komunikasi mereka saling terlibat dalam suatu hubungan yang saling menguntungkan dan saling ketergantungan serta menimbulkan kepuasan hati pada kedua belah pihak (Suranto, 2011:27). Komunikasi interpersonal ini menjadi penting misalnya dalam pertemuan pertama kali karena bersifat dialogis (Kurniawati, 2014:6).

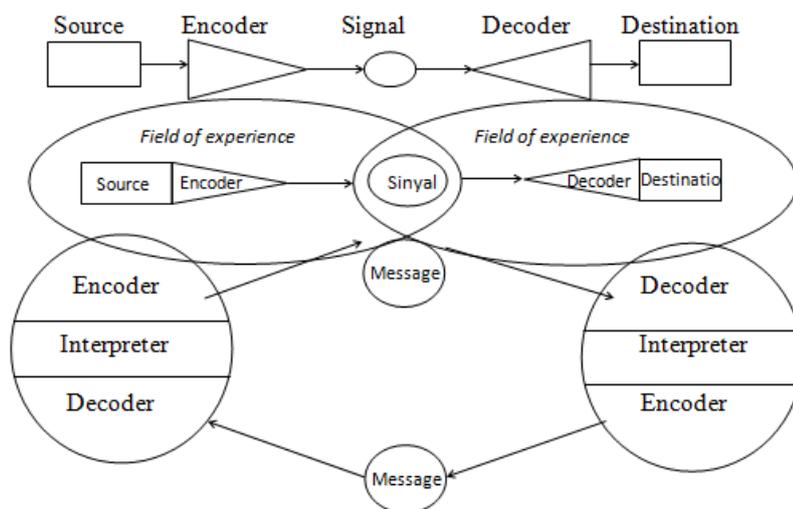
Komunikasi antarpribadi terjadi pertukaran informasi dalam tradisi ertutur Suku Batak Karo. Kedua belah pihak dapat mengajukan pertanyaan sementara lainnya memberikan jawaban. Komunikasi tersebut meyakinkan kita tentang relasi, diantaranya entah kenalan lama, kekasih atau anggota keluarga. Komunikasi antarpribadi ini juga berfungsi untuk membina, memelihara, kadang-kadang merusak dan kadang kala memperbaiki hubungan antarpribadi tersebut. Komunikasi interpersonal erat kaitannya dengan latar belakang individu. Pengetahuan, persepsi, pengetahuan, budaya akan memberikan pengaruh kepada kondisi atau kualitas komunikasi dalam individu bersangkutan. Selanjutnya, peneliti

menjabarkan keterkaitan komunikasi interpersonal yang terkait dengan model komunikasi dalam proses komunikasi.

Deddy Mulyana menuliskan salah satu model komunikasi dicetuskan Wilbur Schramm yakni menggunakan serangkaian model komunikasi dari yang sederhana sampai yang lebih rumit yang memperhitungkan pengalaman dua individu. Model Scramm mengemukakan tiga model, pertama model yang mirip dengan yang dicetuskan oleh Shannon dan Weaver yakni sumber yang menyandikan (kata dasar: Sandi) atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui satu saluran kepada seorang penerima yang menyandi-balik atau mencipta-ulang pesan tersebut (Mulyana, 2010:149). Kedua Scramm memperkenalkan gagasan yang berdasar pada pengalaman antara sumber dan sasaran yang sama untuk dikomunikasikan. Ketiga interaksi dengan kedua belah pihak saling menyandi, menafsirkan dan sebaliknya (Mulyana, 2010: 151). Ketiga model komunikasi tersebut dapat dilihat pada bagan 1.

Ketiga model komunikasi yang dikemukakan Schramm memberikan gambaran bagaimana unsur-unsur yang terjalin dalam komunikasi. Model Schramm erat terkait pada komunikasi verbal maupun non verbal, di mana terdapat tiga unsur dalam model ini yakni individu maupun organisasi sebagai sumber (*source*), tinta pada kertas atau suara pada gelombang radio sebagai pesan (*message*) dan sasaran (*destination*) yang merupakan suatu individu atau anggota suatu kelompok (Mulyana, 2010: 151-153).

Model Schramm ini dipilih karena ketiga unsur yang disebutkan yakni *source*, *message*, dan *destination* akan menjadi sangat penting dalam penelitian ini. Selain decoder dan encoder sebagai penyandi dan penyandi-balik dari



Bagan 1. Model Schramm
(Sumber: Deddy Mulyana, 2010:152).

pesan yang ada, field of experience juga menjadi hal yang penting. Field of experience akan ditempatkan sebagai pemahaman individu mengenai tradisi tertutur. Model Schramm juga sedemikian mengharapkan pentingnya umpan balik (feedback) dari proses komunikasi yang berlangsung.

Teori Pengurangan Ketidakpastian (Uncertainty Reductions Theory) merupakan salah satu dari teori komunikasi interpersonal. Ketika dua orang yang pertama kali berjumpa maka sedikit sulit untuk memulai pembicaraan. Hal ini menimbulkan banyak ketidaknyamanan atau penilaian subyektif yang kemudian akan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan (West dan Turner, 2009:135). Pertanyaan tersebut akan muncul dugaan- dugaan positif maupun negatif, sehingga akan muncul berbagai ketidakpastian.

Teori pengurangan ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory*) dicetuskan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese. Implementasi teori ini dalam komunikasi dipergunakan sebagai pengurangan ketidakpastian sebagai tujuan dari teori ini. Ketidakpastian ini memiliki dua (2) jenis yakni ketidakpastian kognitif, yakni: (1) Ketidakpastian yang berhubungan

dengan keyakinan atau sikap. Keyakinan ini bisa dibuat oleh diri sendiri atau orang lain. (2) Ketidakpastian perilaku yakni ketidakpastian yang memiliki batasan perilaku-perilaku yang dapat diprediksi. Teori pengurangan ketidakpastian ini juga disebut sebagai teori aksiomatik, sehingga teori ini merupakan teori lanjutan yang dikembangkan oleh Berger dan Calabrese.

Teori pengurangan ketidakpastian memiliki tujuh aksioma yakni: (1) Adanya tingkat ketidakpastian yang tinggi pada permulaan fase awal ketika jumlah komunikasi verbal antara dua orang asing meningkatkan, tingkat ketidakpastian untuk tiap partisipasi dalam suatu hubungan akan menurun. Jika ketidakpastian menurun, jumlah komunikasi verbal meningkat. Hal ini menyatakan adanya kebalikan atau hubungan negatif antara ketidakpastian dan komunikasi verbal. (2) Ketika ekspresi afiliatif non verbal meningkat, tingkat ketidakpastian menurun dalam situasi interaksi awal. Selain itu, penurunan tingkat ketidakpastian menyebabkan peningkatan ekspresifan afiliatif non verbal. Hal ini merupakan salah satu hubungan yang bersifat negatif. (3) Tingkat ketidakpastian yang

tinggi menyebabkan meningkatnya perilaku pencarian informasi. Ketika tingkat ketidakpastian menurun maka perilaku pencarian informasi menurun. Hal ini berkaitan dengan sikap positif antara kedua konsep tersebut. (4) Tingkat ketidakpastian yang tinggi dalam sebuah hubungan menyebabkan penurunan tingkat keintiman isi komunikasi. Tingkat ketidakpastian yang rendah menghasilkan tingkat keintiman yang tinggi. Aksioma ini memperlihatkan hubungan yang negatif antara ketidakpastian dan tingkat keintiman. (5) Ketidakpastian yang tingkat tinggi menghasilkan resiprositas (menyatakan jika seseorang memberikan detail personal, lainnya akan melakukan hal yang sama) yang tinggi. Tingkat ketidakpastian yang rendah menghasilkan tingkat resiprositas yang rendah pula. Hubungan positif terjadi di sini. (6) Kemiripan antara orang akan mengurangi ketidakpastian, sementara ketidakmiripan akan meningkatkan ketidakpastian. Aksioma ini menyatakan hubungan negatif. (7) Peningkatan ketidakpastian akan menghasilkan penurunan dalam kesukaan; penurunan dalam ketidakpastian menghasilkan peningkatan dalam kesukaan. Ketujuh aksioma ini merupakan hal yang penting dalam teori pengurangan ketidakpastian (West dan Turner, 2009: 179-181).

Ketidakpastian perjumpaan awal dibandingkan ketidakpastian hubungan mapan, bergantung pada proses komunikasi yang terus menerus berlangsung dalam suatu hubungan hingga sampai pada proses pengurangan ketidakpastian (West dan Turner, 2009, hal. 185). Hal ini mungkin berfungsi secara dialektis dalam hubungan dan dapat saja terjadi ketengangan. Konteks ini perlu juga kita ketahui perilaku orang lain yang menyebabkan kebosanan (West dan Turner, 2009:185). Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada hubungan

yang baru pertama kali berjumpa. Peneliti ingin mengetahui proses komunikasi berlangsung secara dialektis dan unsur apa yang paling utama yang bisa memberikan pengurangan ketidakpastian dalam proses komunikasinya secara interpersonal.

Konsep yang mirip dengan teori pengurangan ketidakpastian adalah penghindaran ketidakpastian (uncertainty avoidance). Penghindaran ketidakpastian merupakan untuk menolak atau menghindari situasi yang ambigu (West dan Turner, 2009:188). Peneliti melihat bahwa penghindaran ketidakpastian bukanlah jawaban dari penentuan atau kesepakatan dalam menentukan tali kekerabatan diantara orang Batak.

Satu hal yang penting juga dalam teori ini adalah pembukaan diri (self-disclosure), membuka informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain untuk mencapai tujuan. Informasi yang dibagikan umumnya informasi yang signifikan. Tentu pada kajian ini tentu selain dalam proses komunikasi yang dibutuhkan feedback dan keterbukaan sangat diharapkan untuk mencapai tujuan (destination) yakni kesepakatan untuk menentukan kekerabatan dari tradisi ertutur tersebut.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007:6).

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian dengan etnografi. Penekanan etnografi lebih diarahkan kepada element sentral yang mengacu pada observasi partisipan, dimana diharapkan peneliti lebih dekat dengan mereka (informan). Peneliti mengamati dinamika pola komunikasi dan tradisi ertutur itu diterapkan berkaitan dengan sandi dan penyandian balik (feedback) dan juga penanan dari *Field of experience* dalam perkenalan identitas diri. Wawancara etnograsi menjadi salah satu sarana untuk menelaah dinamika sosial yang terjadi.

Teknik dalam pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yang pertama adalah dengan observasi. Metode observasi ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap subyek diteliti. Metode observasi ini dapat dibagi menjadi dua (2) yakni Metode Observasi Partisipan yakni peneliti terjun langsung dalam penelitian itu dan Non-partisipan yakni peneliti memposisikan diri tidak sebagai anggota yang diteliti, selain itu ada pula observasi partisipan-membership yakni peneliti adalah anggota dari kelompok yang diteliti.

Kedua adalah metode wawancara mendalam (Depth Interview). Metode depth interview merupakan dapat dilakukan dengan tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden (Kriyantono, 2008: 63).

Analisis data kualitatif (Bogdan dan Biklen, 1982) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengkategorisasikan data, dan memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (dalam Moleong, 2013:248). Pada

bagian analisis ini, peneliti mulai dengan mengumpulkan data dari hasil observasi lapangan data baik tertulis maupun lisan mengenai pemahaman dan cara orang Batak jika bertemu dengan orang batak lainnya hingga masuk pada dinamika tradisi ertutur yang diterapkan ketika pertama kali bertemu. Cara generasi muda Batak Karo untuk memulai pembicaraan di perantauan mengenai tradisi ertutur tersebut. Hal tersebut mengenai perilaku orang Karo dalam pertama kali berjumpa dengan sesama Batak. Cara mereka berkomunikasi, menempatkan diri, dan prilaku dalam perjumpaan tersebut. Tradisi ertutur tersebut dilakukan pada saat pertama kali bertemu atau sudah lama bertemu. Tentu hal ini untuk mencari informasi (information Seeking).

Informan penelitian adalah orang atau pihak yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang sitausi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2000: 97). Penelitian ini sesuai dengan judul maka yang menjadi narasumber atau informan penelitian ialah generasi muda. Generasi muda yang dimaksud adalah mahasiswa/i suku Karo yang berdomisili di Kota Yogyakarta yang berasal dari luar kota Yogyakarta atau yang merantau di Yogyakarta.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Melalui tradisi ertutur Suku Batak Karo ini dapat menjadikan salah satu cara untuk memulai komunikasi dalam menemukan garis kekeluargaan di antara mereka. Pada umumnya tradisi ini dilakukan ketika pertama kali berjumpa dengan seseorang. Terlebih jika mengacu pada pemahaman generasi muda mengenai tradisi ertutur ini yang menunjukkan bahwa setiap orang Suku Batak Karo di Dunia adalah keluarga.

Pemahaman bahwa semua orang Karo adalah keluarga dapat ditinjau dari proses ertutur dengan menanyakan

Marga, Beru, Soler, Kampah, maupun Binuang, menjadi modal awal secara tidak langsung bahwa sesama orang Batak mudah untuk bergaul dalam konteks ini memulai pembicaraan. Tentu hal ini tidak semudah untuk menanyakan apa lagi ketika bertemu dengan orang pertama kali. Komunikasi yang baik dan mencari informasi mengenai "kebatakan" seseorang yang dijumpai menjadi salah satu hal yang penting untuk dapat memulai pembicaraan, hingga untuk mengetahui alur kekerabatan yang ada sehingga ertutur dapat berjalan dengan baik diantara dua individu.

Suku Batak Karo memiliki ciri khas dalam menyampaikan salam perjumpaan yakni dengan mengucapkan "Mejuah-juah" sambil berjabat tangan atau dengan mengangkat tangan sebagai tanda sapaan. Salam ini sebagai tanda pembuka pembicaraan atau dapat disebutkan sebagai komunikasi non verbal dalam ranah komunikasi interpersonal. Selain salam tersebut kebiasaan orang suku Batak dalam konteks ini suku Batak Karo menunjukkan suatu pemahaman mengenai sebutan (pertuturen). Bagi orang Karo Salam "Mejuah-juah!" dan sebutan (pertuturen) kerap menjadi titik awal ketika ingin berkenalan dengan orang yang baru pertama kali bertemu, dan memastikan cara untuk memulai ertutur. "Mejuah-juah! Pal" diucapkan kepada pria mau pun wanita Karo. "Mejuah-juah! Senina" diucapkan kepada sesama jenis kelamin Karo saja. "Mejuah-juah!, Turang" diucapkan kepada lawan jenis kelamin Karo saja. Ucapan ini dibarengi dengan saling berjabat tangan dan ekspresi wajah. Ucapan verbal ini memulai komunikasi dalam suatu pertemuan.

Komunikasi non verbal dengan bersalaman dibalas juga dengan bersalaman menjadi tanda komunikasi non verbal yang saling dipertukarkan

(feedback). Paham atau tidak mengenai ertutur akan terabaikan ketika jabatan tangan dalam salam tersebut disambut menjadi tanda atau sinyal penting dalam meneruskan komunikasi mengenai ertutur. Perilaku saling bersalaman ini menjadi sumber (source) bagi kedua belah pihak untuk memulai saling bertukar informasi (message). Dan kemudian disambut salam dan jabat tangan (receiver) atau umpan balik sehingga efek dari tindakan tersebut adalah komunikasi yang berjalan mengenai ertutur tersebut untuk menanyakan marga atau beru serta hal-hal yang terkait hingga sampai pada kesepakatan ertutur yang diinginkan. Sementara hambatan yang terjadi dalam tradisi tersebut adalah ketika berhadapan dengan orang yang minim pengetahuan mengenai ertutur tersebut.

Komunikasi dalam ertutur hanya dapat dilakukan dengan baik dan efektif jika sama-sama saling memiliki pengalaman maupun pemahaman yang sama mengenai komunikasi dalam konteks ini pengalaman mengenai ertutur. Komunikasi akan mengalami hambatan ketika harus berhadapan dengan ketidaksamaan pemahaman atau pengalaman mengenai komunikasi tersebut. Jabat tangan tidak disambut dan kata "Mejuah-juah!" tidak digubris maka dalam memulai komunikasi untuk ertutur tidak dapat dilanjutkan atau berhenti. Kesamaan akan pengalaman mengenai ertutur diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam berkomunikasi sampai pada pembentukan kesepakatan. Uluran tangan untuk berjabat tangan diterima dan salam "Mejuah-juah" pun disambut dengan "Mejuah-juah!" maka kemungkinan komunikasi dapat dilanjutkan.

Melalui tradisi ertutur ini juga selain untuk posisi dalam upacara adat, juga mempengaruhi cara berbicara atau berperilaku kepada yang lain. Terlepas

dari jenjang umur yang ada akan memberi pengaruh. Sebab bagi orang Batak Karo cara menyapa seseorang itu ditentukan dari orat tutur yakni *merga silima*, tutur *siwaluh* dan *rakut sitelu*. Karena ertutur mempengaruhi cara kita berperilaku dan bertutur sapa.

Pertanyaan mengenai asal dan tempat tinggal tentu menjadi salah satu alternatif yang lebih mudah dalam menentukan kesepakatan dalam ertutur tersebut. Menanyakan kampung atau daerah asal dilakukan untuk mengetahui kekerabatan yang paling dekat. Apa lagi jika di kampung tersebut kedua belah pihak memiliki kenalan atau orang yang sama dan telah diketahui tutur salah satu pihak denganya. Tentu kesepakatan dalam ertutur mudah untuk disepakati kendati dapat berubah sewaktu-waktu.

Penghormatan kepada orang tua juga diterapkan oleh anak muda, bahwa setiap ide dan pemikiran mereka ikut sertakan pada saat eksekusi ide tersebut. Sdr. Plato Ginting, sebagai seorang anak muda Suku Karo perantau di Yogyakarta dipercayakan sebagai penasehat dalam acara tersebut. Beliau berpendapat bahwa acara Gendang yang dilaksanakan kali kedua, sejak 2014 dengan tema Gendang Sada Wari dan tahun 2015 Gendang Dalinta Jumpa Mulihi, dapat menjadi sarana menumbuh kembangkan kecintaan anak muda dalam memahami identitas budaya Karo. Karena itu partisipasi anak muda juga sangat diperhatikan dalam hal tersebut.

Tetapi tidak jarang pula jika komunikasi mengenai ertutur ini tidak panjang lebar dilakukan. Ucapan “*Mejuah-juah, Pal/ Senina/ Turang*) menghiasi pembicaraan. Namun demikian pembicaraan mengenai ertutur tersebut terhenti sampai pada tahap itu saja dan kerap ditutup dengan menanyakan nomor HP, Pin BBM atau alamat sosial media lainnya. Tidak dapat dipahami apa

dan bagaimana cara generasi muda ini melanjutkan komunikasinya via media. Kendati tujuan sama kerap intensitas komunikasi dengan ertutur terabaikan.

Komunikasi merupakan suatu kemampuan seseorang untuk memahami satu sama lain sehingga tercipta suatu tujuan yang sama (West dan Turner, 2009:3). Selain itu fungsi dari komunikasi itu adalah konsep sosial, yang dimaksud dengan konsep sosial berkaitan dengan membangun konsep dan aktualisasi diri. Sehingga tujuan dari komunikasi tersebut yakni kebahagiaan dan terhindar dari ketegangan (Mulyana, 2010:6). Pemahaman komunikasi tersebut jika kita telaah dari teropong pemahaman generasi muda mengenai ertutur cukup beragam. Benar dalam ertutur bahwa kita dapat memunculkan konsep diri ditengah kehidupan sosial dan merupakan aktualisasi diri dalam hidup sangkep ngeluh.

Tradisi Ertutur bukan hanya melulu membahas mengenai inti pembicaraan dalam berkomunikasi tetapi berkaitan dengan lingkup bagaimana seseorang mampu untuk memulai komunikasi. Mulai dari *seeking information* secara non verbal, kemudian bisa memulai komunikasi secara verbal dengan tahap tersebut sampai pada kesamaan konsep dan tujuan dalam komunikasi ertutur tersebut. Komunikasi yang baik terjadi jika pesan yang disampaikan tepat tujuan. Tentu dalam memulai komunikasi kita harus mampu untuk mengurangi ketidakpastian yang timbul dalam pemikiran manusia terhadap orang yang ingin kita ajak berkomunikasi.

Orang Batak Karo dalam kehidupan sehari-hari tidak akan sulit untuk memulai komunikasi jika mengetahui pasti bahwa sama-sama orang Karo atau orang Batak pada umumnya. Untuk mencari tahu hal tersebut pada URT ada tiga strategi yang dapat dilakukan

untuk mengurangi ketidakpastian tersebut. Ketiga strategi tersebut adalah strategi pasif, strategi aktif dan strategi interaktif. Dalam tradisi ertutur strategi pasif, salah satu pihak (pasti orang Karo) akan mencoba mengamati dengan mencari tahu seseorang yang akan diajak berbicara. Pengamatan tersebut tanpa mengganggu misalnya dengan melihat bentuk wajah, mendengar suara dan mencoba mencari tahu nama lengkap, orang Batak pada umumnya memiliki marga/beru (non verbal). Kemudian strategi aktif masuk ketika adanya kontak yang terjadi yakni mengucapkan "Mejuah-juah! Pal" (verbal) sambil mengulurkan tangan untuk bersalaman. Strategi ketiga adalah strategi interaksi dimana pada strategi ini terlibat dalam interaksi atau percakapan tatap muka. Tentu dibutuhkan pembukaan diri, mempertanyakan secara langsung dan adanya taktik pencarian informasi yang berlangsung.

Ketiga strategi tersebut sesuai dengan teori URT yang dicetuskan dalam komunikasi interpersonal. Pada proses komunikasi interpersonal identik dengan komunikasi verbal dan nonverbal serta. Merujuk pada komunikasi interpersonal melalui perspektif mengurangi ketidakpastian dari asumsi maupun aksioma teori tersebut. Ketidakpastian akan meningkat ketika bertemu dengan orang asing, wajar saja timbul banyak persepsi atau pikiran-pikiran negatif maupun positif mengenai orang asing tersebut. Walau begitu salah satu pihak dapat melihat atau mempelajari tingkah laku cara non verbal yang terekspresikan oleh pihak yang ingin diajak berkomunikasi. Pada tabel 2 tersebut tampak bahwa komunikasi non verbal akan aktif pertama kali untuk mencoba mengurangi ketidakpastian. Tingkat saling mengekspresikan diri dengan cara non verbal yang intim,

akan terjadi kepastian yang lebih, karena kedua belah pihak saling menggunakan ekspresi wajah, kontak mata, bahkan saling bersentuhan sehingga keduanya merasa nyaman.

Komunikasi non verbal dalam tradisi ertutur ini tampak dari ketika kedua belah pihak saling bertemu, ciri-ciri fisik seperti bentuk wajah dan suara yang lebih mendominasi. Namun pun begitu komunikasi non verbal tersebut tidaklah dapat dipastikan serta merta. Karena akan mengacu pada pemahaman seseorang terhadap orang lain. Tindakan selanjutnya yang dilakukan adalah mengurangi ketidakpastian dengan memilih cara komunikasi lain yang akan dilakukan (Proaktif). Mencari informasi terlebih dahulu untuk memulai komunikasi. Misalnya dengan mencari tahu nama lengkap yang akan ingin diajak berkomunikasi. Mencari tahu nama marga/beru untuk nantinya jadi loncatan untuk berkomunikasi secara verbal (strategi pasif).

Setelah sedikit mengetahui identitasnya maka tentu kita mencari moment untuk memulainya komunikasi secara interpersonal (verbal). Ini merupakan tahap awal dalam memulai pembicaraan yakni interaksi. Pada umumnya orang Karo dengan mengucapkan "Mejuah-juah, Pal!" sambil mengulurkan tangan untuk bersalaman dan mungkin bertanya nama "kai mergandu?". Pada tingkat ini, umumnya ketidakpastian masih tinggi sebagai fase awal dalam komunikasi verbal. Selanjutnya ketidakpastian akan menurun tergantung dari seberapa banyak kedua belah pihak untuk saling berbicara mengenai diri mereka satu sama lain.

Keterbukaan diri (self-disclosure) dapat dilihat dari cara individu untuk menunjukkan identitas personal. Sebab tradisi ertutur bertujuan untuk mendapat kesepakatan dalam menentukah garis

kekeluargaan atau kekerabatan. Dalam mengarahkan pembicaraan ertutur ini, untuk sampai pada kesepakatan tentu berdasar pada karakter, latar belakang, pendidikan dan pengalaman (Pemahaman Orat Tutur) pihak yang terlibat dalam berkomunikasi. Pengalaman atau pemahaman yang sama mengenai ertutur menjadi kunci dalam menentukan kualitas komunikasi. Sinyal yang disampaikan dapat berupa marga yang tersemat dibelakang nama pokok, tentu pemahaman itu akan mempermudah dalam memulai komunikasi.

Secara garis besar bahwa generasi muda perantau di Yogyakarta melihat bahwa tradisi ertutur suku Batak Karo ini penting untuk diimplementasikan. Mencari informasi yang bisa didapatkan sebelum memulai interaksi akan mempermudah pihak yang berkomunikasi untuk saling mengenal satu sama lain. Adanya sikap segan (sihangken) bagi orang Batak Karo menunjukkan bahwa ertutur menjadi sarana yang penting dalam memulai interaksi hingga menemukan hubungan kekerabatan. Tradisi ertutur bagi generasi muda menjadi model komunikasi yang dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Simpulan

Komunikasi ertutur terkait dengan pengurangan ketidakpastian benar bahwa dibutuhkan keterbukaan diri (self disclosure). Keterbukaan diri hanya dapat tercapai dengan adanya feedback. Namun yang kerap terjadi perkembangan teknologi kerap menggerus cara berkomunikasi dalam tradisi tersebut. Hal ini tampak dari peranan gadget atau HP, sosial media dan semua sarana komunikasi yang sulit untuk dibendung. Hal ini tentu menjadi ancaman eksistensi tradisi ertutur tersebut.

Sifat komunikasi interpersonal dyadic (jarak yang dekat dan bertatap muka), bagi generasi muda perantau di Yogyakarta tergerus karena eksistensi HP dan media sosial lainnya. Tidak jarang jika komunikasi interpersonal tersebut menjadi terabaikan, atau lebih tepatnya tidak berjalan dengan semestinya. Memang benar jika melalui media komunikasi masih terjadi antara kedua belah pihak dan dewasa ini banyak hubungan berjalan dengan baik melalui media sosial juga. Tetapi sebagai peneliti berpendapat bahwa ertutur bukan sekedar komunikasi tetapi juga bagaimana kedua individu mampu untuk menciptakan rasa lebih dari sekedar berkenalan tetapi sampai pada keutuhan kekeluargaan (sedarah).

Berdasarkan penelitian ini, disimpulkan bahwa tradisi ertutur setelah peneliti analisis dengan teori pengurangan ketidakpastian maka tampak bahwa unsur-unsur yang terkait dengan komunikasi interpersonal tercakup di dalam tradisi tersebut. Kesepakatan menjadi inti utama sebagai tujuan komunikasi dalam ertutur. Kesepakatan tersebut yakni kesepakatan untuk memulai relasi interpersonal atau tidak. Efek atau hasil proses ertutur untuk melanjutkan keintiman dalam berelasi atau berkomunikasi. Dari sebab itu Feedback menjadi hal terpenting untuk ertutur, sebab tanpa adanya feedback proses ertutur itu tidak akan dapat sampai pada pemahaman yang semestinya. Tentu keterbukaan (self disclosure) menjadi hal yang tidak mungkin tidak harus ada dan melekat pada pihak-pihak yang terlibat dalam ertutur tersebut. Komunikasi yang baik dan benar menjadi kunci bagi setiap orang dalam mengungkapkan dirinya. Tanpa ada komunikasi yang baik dan benar maka seseorang akan tersesat dalam hidup sosial sebab mausia ada makhluk yang berbicara (homo loquens).

Dalam perjumpaan pertama kali kendati pun memiliki tujuan yang sama untuk hadir tetapi tidak untuk bertemu, tentu sikap ketidakpastian akan selalu tinggi. Demikian juga halnya dalam tradisi ertutur tersebut pemahaman akan suatu hal yang mengarah pada meningkatkan prediktabilitas (kepastian) pada pertemuan awal dengan berkomunikasi yang bersifat dialogis, komunikasi dapat berjalan dengan baik dan ketidakpastian dapat menurun. Komunikasi interpersonal sebenarnya menjadi sarana yang tepat dalam mengurangi ketidakpastian yang ada, sehingga tercipta mutual understanding.

Implementasi dari penelitian ini bahwa generasi muda suku Batak harus mampu lebih untuk memulai komunikasi secara aktif dan melihat tradisi ertutur sebagai suatu kekayaan. Setiap individu, baik berasal dari Tanah Karo atau bukan, sikap saling memahami dan memaklumi menjadi hal yang penting dalam berkomunikasi dan menjalin relasi. Penelitian ini masih dapat dilanjutkan untuk mendapatkan relasi yang lebih intim bagi orang Batak Karo. Tradisi ertutur merupakan suatu keunikan yang patut untuk ditelaah lebih dalam dan lebih spesifik lagi.

Daftar Pustaka

- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta :Graha Ilmu.
- Bangun, Payung. (ed). 1988. *Kebudayaan Batak dalam Koentjaraningrat, Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Djambatan.
- Barus, U.C. dan Mberguh Sembirng. 1995. *Sejemput Adat Budaya Karo (Sekilas Adat Budaya Karo)*. Medan.
- Beebe, Steven A., Susan J. Beebe., and Diana K. IVY. 2010. *Communicarion Principles for a Lifetime*. Fourth Edition, Boston, New York: Pearson Education, Inc. Allyn & Bacon.
- Bungin, Burhan. 2007. *Analisa Data Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Aplikasi*. Jakarta, Indonesia: Rajawali Press.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. 2009. *Effective public relations*. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.
- Devito, Joseph, A. 1997. *Human Communication*. New York: Harper Collinc Colege Publisher.
- Gintings, E.P. 1995. *Adat Istiadat Karo: Kinata Berita Si Meriah Ibas Masyarakat Karo*. Kaban Jahe, Indonesia: Percetakan GBKP Abdi Karya.
- Gintings, Perdana. 1989. *Masyarakat karo dewasa ini*. hasil rumusan Sarasehan Budaya karo 1989.
- Effendi, Onong Uchjana. 2006. *Teori Dan Praktik Ilmu Komunikasi*. Bandung: Resdakaya.
- Hakim, M. N. 2003. *Islam Tradisional dan Reformasi Pragmatisme*. Malang: Bayu Media Publishing.
- H. P., Rosmawati. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Bandung: Penerbit Widya Padjadjaran.
- Kozok, Uli. 1999. *Surat Batak. Pengantar Filologi dan Aksara Batak*. Medan: University of North Sumatra Press.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis-Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kurniawati, Rd. Nia Kania. *Komunikasi Antar Pribadi; Konsep dan Teori Dasar*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Mahjunir. 1967. *Mengenal Pokok-Pokok Antropologi dan Kebudayaan*. Jakarta: Bhratara.
- Moehadjir, Noeng. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rake Sarasin.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Neumann, J. H. 1972. *Sejarah Batak Karo: Sebuah Sumbangan*. Jakarta, Indonesia: Bhratara.
- Prinst, Darwin. 2004. *Adat Karo*. Medan, Indonesia: Bina Media Printis.
- Siahaan. N. 1964. *Sejarah Kebudayaan Batak*. Medan: CV. Napitupulu & Sons.
- Sihabudin, Dr. H. Ahmad. 2011. *Komunikasi Antarbudaya: Suatu Prspektif Multidimensional*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sitepu, Sempa. 1993. *Sejarah- Pijer Podi Adat Ngeluh Suku Karo Indonesia*. Medan, Indonesia: Bali "Scan & Percetakan".
- Snijders, Adelbert. 2004. *Antopologi Filsafat: Manusia Paradoks dan Seruan*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Kanisius.
- Suka, S.K. Ginting. 2001. *Ranan Adat; Orat ngeluh- Rikut Kiniteken Kalak KARo Ope Tubuh she Idilo Dibata*. Medan, Indonesia: Merga Silima.
- Wardhani, D. 2008. *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu.
- West, R., and Turner, L., H. (2009). *Introducing communication theory; analysis and application*. (3rd ed.) Avenue of the American. NY. Dialih bahasakan oleh Maria Natalia Damayanti Maer. Dengan judul Pengantar Teori komunikasi: analisis dan aplikasi. (1st ed.) Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.

Jurnal

- Andung, Petrus Ana. 2010. "Perspektif Komunikasi Ritual mengenai pemanfaatan Natoni sebagai media komunikasi tradisional dalam masyarakat adat boti dalam di kabupaten Timur Tengah Selatan, Propinsi Nusa Tenggara Timur" *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8, Januari- April, hal 3-6. UPNYK.

Skripsi

- Eka Priyanti, (2012) *Ertutur Dikalangan Generasi Muda Etnis Karo Di Kelurahan Tanah Merah Kecamatan Binjai Selatan Kota Binjai*. UNIMED Library. Sumatera Utara. <http://digilib.unimed.ac.id/ertutur-di-kalangan-generasi-muda-etnis-karo-di-kelurahan-tanah-merah-kecamatan-binjai-selatan-kota-binjai-24309.html>
- Tarigan, Krista Juniati. 2007. *Studi Deskriptif mengenai Value Schwartz pada Masyarakat Desa "X" dengan Latar Belakang Budaya Karo di Kabupaten Karo*. Sarjana Psikologi. Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Hutagaol, Ronald. 2013. *Penerapan Tradisi Batak Toba Di Yogyakarta; Studi Deskriptif Penerapan Martarombo dalam Komunikasi Anak Muda Perantau Suku Batak Toba di Yogyakarta*. Sarjana Komunikasi. Universitas Gajah Mada.

KONSTRUKSI REALITAS DALAM INFOTAINMENT SILET

Siti Mariyam

Program Studi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281, No Hp. 087850347295

E-mail: stiemaryam12ribie@gmail.com

Abstract

This paper aims to analyze the discourse of motto used by Silet, the most favorite infotainment programs of Panasonic Gobel Awards. This type of research is qualitative by using analysis of discourse Roger Fowler. The research found that Silet has used language that can transform reality. Using language, Silet has constructed meaning to audiences that information presented has changed from original form. Something that is taboo now can be worthy to discuss it after broadcasted by Silet. Silet gives suggestion and 'false consciousness' to audiences that everything presented by Silet is good and right. The use of words and motto is a tactic to make proper banality of news content presented by Silet.

Key Words: Construction of reality, Infotainment, Discourse Analysis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wacana motto yang digunakan oleh Silet, program infotainment yang paling favorit dari Panasonic Gobel Awards. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan analisis wacana Roger Fowler. Penelitian ini menemukan bahwa Silet telah menggunakan bahasa yang dapat mengubah kenyataan. Menggunakan bahasa, Silet telah membuat makna kepada khalayak bahwa informasi yang disajikan telah berubah dari bentuk aslinya. Sesuatu yang tabu sekarang dapat menjadi layak untuk membahasnya setelah disiarkan oleh Silet. Silet memberikan saran dan 'kesadaran palsu' untuk khalayak bahwa segala sesuatu yang disajikan oleh Silet yang baik dan benar. Penggunaan kata-kata dan motto adalah taktik untuk membuat banalitas yang tepat dari isi berita yang disajikan oleh Silet.

Kata Kunci : Konstruksi Realitas, Jurnalistik Infotainment, Analisis Wacana

Pendahuluan

Media memiliki kekuatan dan otoritas untuk mengendalikan wacana tertentu di ruang publik. Media sebagai alat pencetak opini publik terhadap kasus-kasus yang sedang berlangsung diberitakan (Eriyanto, 2001:56). Di balik sebuah pemberitaan tentu bukan tanpa dasar dan alasan, media pasti memiliki maksud dan tujuan tersendiri serta mempunyai wacana tertentu yang ingin disampaikan kepada khalayak.

Dalam pandangan kaum konstruksionis, apa yang disampaikan oleh media pada dasarnya adalah hasil dari konstruksi dan semua hasil konstruksi memberi andil bagaimana realitas tersebut hadir di hadapan khalayak

(Eriyanto, 2001:26). Maka, setiap realitas yang ditampilkan oleh media termasuk infotainment Silet tentu dikonstruksi sesuai dengan maksud dan tujuannya, dengan dikonstruksi sedemikian rupa untuk membentuk wacana tertentu, sehingga membawa konsekuensi tertentu ketika diterima oleh khalayak.

Infotainment Silet yang merupakan infotainment terfavorit bagi pemirsa dalam versi *Panasonic Gobel Awards* (www.creativeindigo.net, akses 30 Desember 2015). Dengan fakta yang demikian, tentu memiliki penonton yang lebih banyak dan mempunyai potensi yang lebih luas untuk membentuk wacana yang lebih dominan. Dengan demikian, pemberitaan yang dimuat oleh infotainment Silet juga

akan sangat berpengaruh pada wacana yang berkembang di masyarakat, karena tingkat kepercayaan khalayak pada infotainment Silet lebih tinggi daripada infotainment yang lain.

Fakta di atas, menjadi alasan penting dibalik peneliti menggunakan *infotainment Silet* sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti fokus meneliti motto dari infotainment Silet, karena motto merupakan kalimat, frasa atau kata yang digunakan sebagai semboyan dan pedoman atau prinsip (kbbi.co.id, akses 30 Desember 2015) yang akan menggambarkan serta menentukan tujuan dan arah pemberitaan *infotainment Silet*.

Konsep infotainment awalnya berasal dari John Hopkins University (JHU). Ide dasar konsep infotainment berawal dari asumsi bahwa informasi dibutuhkan oleh masyarakat, tetapi informasi tidak dapat diterima begitu saja, apalagi untuk mengubah sikap negatif manusia menjadi positif, sehingga dibutuhkan pancingan agar mendapat perhatian masyarakat. Pilihannya adalah dengan cara menyusupkan *entertainment* (hiburan) dalam menyampaikan *information* (informasi). Dari sini muncullah istilah infotainment, yaitu informasi yang dibungkus dan disisipi dengan hiburan untuk menarik perhatian khalayak (Iswandi Syahputra, 2006:65).

Bila kita merujuk pada latar belakang historis munculnya konsep infotainment, maka seharusnya ia bermakna informasi yang dikemas dalam bentuk hiburan. Informasi sebagai inti acara yang disampaikan kepada publik dengan menggunakan metode atau cara yang menghibur. Oleh sebab itu, sejatinya infotainment merupakan konten atau program media yang tetap didasarkan pada informasi, yang juga mengandung konten hiburan dengan tujuan untuk meningkatkan popularitas

penonton (Iswandi Syahputra, 2013:94). Anehnya, makna infotainment yang terjadi dalam industri televisi Indonesia adalah informasi tentang hiburan. Sisi hiburannya dijadikan substansi untuk disampaikan kepada khalayak (Iswandi Syahputra, 2006:67).

Infotainment yang berkembang saat ini, merupakan kultur baru industri media massa yang tengah mengalami proses normalisasi untuk diterima sebagai kerja jurnalistik. Pergulatan dan perdebatan wacana seputar infotainment sebagai produk jurnalistik atau bukan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari terbentuknya kultur baru jurnalisme dalam lingkungan industri media massa. Pihak pertama mengatakan karya jurnalistik hanya pekerjaan melaporkan berita sebagai subyek yang cukup serius, dimana standart jurnalistik umum dijunjung oleh reporter. Sementara pihak kedua meyakini bahwa berita selain penting untuk masyarakat juga dapat menjadi produk yang dapat dibisniskan. Pandangan pihak kedua ini telah memotong apapun dari jurnalisme profesional menjadi apa yang sering disebut sebagai *soft news* atau infotainment (Iswandi Syahputra, 2013:114).

Para ahli komunikasi dan media menyebutkan bahwa infotainment adalah *soft journalism* atau *soft news*, jenis jurnalisme yang menawarkan berita-berita sensasional, lebih personal, dengan selebriti sebagai perhatian liputannya (Iswandi Syahputra, 2006:68). Dengan lahirnya terminologi baru yang menempatkan infotainment sebagai *soft news* atau *soft journalism* seharusnya mampu memberikan penekanan lebih pada kerja jurnalistik sebagai *hard news* atau *hard journalism* pada penelusuran, pengecekan fakta, dan kepentingan publik, dibandingkan infotainment sebagai rivalnya (Iswandi Syahputra, 2013:114).

Pengkategorian antara infotainment

sebagai *soft news* dengan jurnalisme sebagai *hard news* menjadi penting diketengahkan. Kendati keduanya dapat diterima masuk dalam 'rumah jurnalisme', tetapi harus diletakkan dalam kamar yang berbeda. Perbedaan keduanya dapat disusun berdasarkan pemberitaan sejumlah kategori sebagai berikut (Iswandi Syahputra, 2013:115):

a) *Hard news* secara konseptual meliputi bidang liputan; 1) *Seriousnes*, seperti bidang politik, ekonomi, kriminal, perang dan bencana yang dianggap sebagai topik serius, begitu juga beberapa aspek dari hukum, bisnis, sains dan teknologi. 2) *Timelines* berupa kisah yang meliputi kejadian terkini—kelanjutan suatu perang, hasil dari pemilihan umum, pecahnya peperangan, pernyataan penting, kriminalitas, atau laporan ekonomi. Dan b) *Soft news* yang merujuk pada infotainment secara konseptual meliputi bidang liputan; 1) Subjek pemberitaan yang kurang serius atau tidak memiliki muatan kepentingan bagi publik, seperti seni dan hiburan, olah raga, gaya hidup, human interest, dan selebriti. 2) Tidak ada *timelines* seperti kejadian tertentu yang memicu kisah tersebut, selain dari keingintahuan reporter belaka.

Prospek infotainment kedepan masih besar, karena didukung oleh melonggarnya regulasi dan tingginya minat masyarakat terhadap informasi dan hiburan yang ditayangkan oleh infotainment. Dengan demikian, posisi jurnalistik infotainment juga akan sangat bergantung kemana arah pendulum infotainment bergerak. Bila pendulum digerakkan semata-mata hanya untuk kepentingan sensasional, maka jurnalistik infotainment bukan saja tidak masuk dalam jenis *soft journalism*, tetapi justru menjadi "*not journalism*" (Iswandi Syahputra, 2013:120).

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis wacana yang merupakan bagian dari metode interpretatif yang mengandalkan interpretasi dan penafsiran peneliti (Alex Sobur, 2002:70). Metode digunakan sebagai upaya untuk menafsirkan maksud tersembunyi yang terkandung dalam motto infotainment Silet.

Objek dalam penelitian ini adalah program acara infotainment Silet di stasiun televisi RCTI. Sementara fokus kajian dalam penelitian ini adalah teks dari motto infotainment Silet.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Data utama diperoleh dari sebuah rekaman atau video dari motto infotainment Silet, karena motto merupakan kalimat, frasa atau kata yang digunakan sebagai semboyan dan pedoman atau prinsip yang menggambarkan sifat atau kegunaan benda itu (kbbi.co.id, akses 30 Desember 2015). Pengambilan sampel motto infotainment Silet yang akan diteliti, karena motto merupakan kalimat, frasa atau kata yang digunakan sebagai semboyan dan pedoman atau prinsip (kbbi.co.id, akses 30 Desember 2015) yang menggambarkan serta menentukan tujuan dan arah pemberitaan infotainment Silet, sehingga penting untuk diketahui makna (eksplisit maupun implisit) yang terkandung dalam motto infotainment Silet.

Data lain yang digunakan untuk menunjang penelitian yaitu diperoleh dari buku, jurnal, artikel dan internet (apabila data yang dibutuhkan tidak diperoleh dari sumber lain).

Setelah terkumpul data-data yang berupa teks dari motto infotainment Silet, peneliti kemudian menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis wacana model Roger Fowler, Robert Hodge, Gunther Kress dan Tony Trew.

Tabel 1. Kerangka Analisis Roger Fowler Wacara

Tingkat	Hal yang dilihat
Kata:	-Pilihan kosakata yang dipakai untuk menggambarkan peristiwa. -Pilihan kata yang dipakai untuk menggambarkan aktor (<i>agen</i>) yang terlihat dalam peristiwa.
Kalimat:	-Bagaimana peristiwa digambarkan lewat rangkaian kata.

(Sumber : Eriyanto, 2001:165)

Roger Fowler dkk lebih menekankan padapenelitian elemen kata dan tata bahasa (Eriyanto, 2001:133).

Dalam membangun model analisisnya, Roger Fowler dkk membuat kerangka analisis wacana pada Tabel 1.

Dua elemen Roger Fowler dkk di atas merupakan satu rangkaian yang akan menunjukkan konstruksi realitas dalam infotainment Silet. Inti analisis Roger Fowler dkk adalah ingin melihat bagaimana realitas dibahasakan oleh media dan bagaimana bahasa yang dipakai itu membawa konsekuensi tertentu ketika diterima oleh khalayak.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kata-kata tidaklah dipandang sebagai persoalan teknis semata, tetapi sebagai praktik ideologi tertentu, karena bahasa yang berbeda akan menghasilkan realitas yang berbeda pula ketika diterima oleh khalayak (Eriyanto, 2001:134). Dalam kajian semantik ada prinsip umum yang bisa kita pahami, ialah apabila bentuk (maksudnya bentuk kata) berbeda, maka makna akan berbeda, meskipun perbedaannya sedikit (Abdul Chaer, 2009:34).

Untuk mengetahui praktik ideologi yang ada dalam media, salah satunya dapat kita lihat melalui level kata yang digunakan oleh media, sehingga bisa diketahui makna apa yang ingin dikomunikasikan oleh infotainment Silet kepada khalayak.

Ditinjau dari kata-kata yang

digunakan dalam motto infotainment Silet, terdapat sejumlah kata-kata yang mempunyai gambaran makna tertentu, sehingga sangat penting untuk dikaji secara teoretis, karena penggunaan kosakata tersebut tidak hanya sekedar masalah teknis saja namun lebih dari itu merupakan bentuk praktik ideologi untuk mengkonstruksi wacana yang ingin dibangun oleh infotainment Silet, sehingga menyediakan ruang bagi khalayak agar bagaimana realitas harus dipahami (sesuai dengan wacana yang dikonstruksi oleh infotainment Silet).

Kosakata sebagai Pembatasan Pandangan

Kosakata juga dikategorikan sebagai pembatasan pandangan (Eriyanto, 2001:137). Artinya tingkat referensial yang dikandung oleh kata selalu berkaitan dengan kondisi dan keadaan subjektifitas media yang mengatur produksi kosakata tertentu, sehingga kata di sini berfungsi sebagai batasan atau semacam kendali yang diterapkan terhadap khalayak (Howard Davis dan Paul Walton, 2010:293).

Pilihan kosakata yang digunakan dalam motto infotainment Silet menunjukkan bagaimana infotainment Silet melihat dan memaknai realitas. Selain itu kosakata tersebut juga berfungsi untuk mengendalikan pikiran khalayak sesuai dengan apa (makna) yang ingin dikonstruksi oleh infotainment Silet. Hal tersebut dibahasakan dengan kosakata berikut,

“ Selama satu jam kedepan, “Silet” hadir untuk mengupas tuntas kisah dan kasus para selebriti tanah air, serta mengangkat hal-hal yang di anggap **tabu**, menjadi **layak dan patut** diperbincangkan. Yang akan dikupas secara tajam, setajam Silet” (www.creativeindigo.net, akses 30 Desember 2015).

Kalimat di atas merupakan motto (semboyan, pedoman atau prinsip)

dari infotainment Silet yang diucapkan saat membuka acara. Pilihan kata yang digunakan tersebut tidak bisa dipandang sebagai sesuatu yang bisa kita terima begitu saja. Pemakaian kata bukan semata masalah istilah belaka, karena kata-kata menimbulkan arti dan pemaknaan tertentu ketika diterima oleh khalayak (Eriyanto, 2001: 149).

Sebagai sebuah diskursus media tidak dapat dipisahkan dari kesalingberkaitan antara bahasa yang digunakan di dalamnya serta bentuk-bentuk kepentingan yang beroperasi di balik bahasa tersebut. Artinya, perbincangan mengenai media tidak dapat dipisahkan dari ideologi yang membentuknya, yang pada akhirnya mempengaruhi bahasa yang ia gunakan (kosakata dan tata bahasa) dan realitas yang dihasilkannya (Yasraf Amir Piliang, 2005: 214). Hal yang menarik untuk dikaji dalam kalimat di atas adalah bagaimana infotainment Silet memaknai dan menyebutkan hal-hal yang dianggap tabu menjadi layak dan patut diperbincangkan. Pilihan kata "tabu, layak dan patut" menunjukkan bagaimana infotainment Silet dalam memaknai sebuah realitas.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata "tabu" memiliki arti sebuah pantangan atau larangan (Depdikbud Indonesia, 2005:881). Artinya, suatu *tindakan yang dilarang, dihindari atau* suatu pelarangan sosial yang kuat terhadap kata, benda, tindakan, atau perbuatan orang yang dianggap tidak diinginkan oleh suatu kelompok, budaya, dan masyarakat. Sedangkan kata "layak dan patut" memiliki arti sesuatu yang wajar, pantas dan merupakan suatu perbuatan yang baik (Depdikbud Indonesia, 2005: 509 dan 654).

Dari pilihan kata-kata di atas adalah untuk menegaskan bahwa segala sesuatu (kisah dan kasus para selebriti tanah air) yang ditayangkan di infotainment

Silet (yang awalnya dilarang atau tidak diinginkan oleh suatu kelompok, budaya, dan masyarakat) telah mengalami perubahan dari wujud aslinya. Hal-hal yang pada mulanya diakui dan dipercaya sebagai sesuatu yang tabu, tetapi ketika masuk dalam infotainment Silet telah menjadi layak atau pantas, sehingga memang sudah seharusnya untuk dibicarakan atau dijadikan bahan pembicaraan. Penggunaan kata-kata tersebut memberikan sugesti dan memberikan 'kesadaran palsu' bahwa segala hal yang ditayangkan infotainment Silet adalah hal yang baik dan benar.

Gossip, infotainment dan selebriti adalah teks terbuka yang harus dimaknai secara kontekstual, manakah yang dilarang dan diperbolehkan (Robby H. Abror, 2013: 11). Tidak semuakisah dan kasus para selebriti bisa disorot detail hingga ke wilayah yang sangat pribadi, di ekspos tanpa verifikasi secara berulang kali layaknya sebuah sinetron. Jika berita yang disampaikan berkisar tentang berita positif selebriti barangkali tidak terlalu menjadi persoalan, akan tetapi berita yang seringkali menarik untuk dikemas dalam infotainment justru berita negatif selebriti. Seperti, konflik rumah tangga, (perselingkuhan, perebutan hak asuh, kawin-cerai), pacaran dan putus pacar, *trend: erotisme* (Mursito BM, 2011: 9). Dengan demikian, tidak ada lagi batas tegas antara informasi yang "perlu" disampaikan dan yang justru "tabu" atau tidak baik disampaikan pada khalayak.

Program silet dikemas dengan menarik, kemudian berita-berita negatif tentang selebriti dalam infotainment Silet dianggap layak dipertontonkan. Kendati dalam bentuknya yang menarik dan seolah layak dipertontonkan, yang perlu disadari ia tetaplah hal yang diangkat dari sesuatu yang tabu. Berita tersebut terkadang tidak dibiarkan berdiri begitu saja, tetapi infotainment Silet juga mengemas berita

yang digabung dengan desas-desus yang bersifat gosip. Ironisnya lagi, berita dalam infotainment tidak hanya sampai pada titik menebar rumor, pada tahap tertentu justru merambah pada tahap “mengadu” dengan membenturkan pendapat masing-masing pihak yang sedang berseteru, sehingga tidak heran bila persoalan yang sebenarnya biasa dalam infotainment menjadi sangat keruh (Fransisco Rosarians, www.tempo.co/read/news/2014/03/14/173562168/KPI-Program-Infotainment-di-TV-Semakin-Buruk, akses 30 Desember 2015). Fakta ini membuktikan bahwa informasi yang dibumbui gosip dalam infotainment Silet ini ternyata memiliki dampak yang lebih krusial dibanding diluar layar kaca. Nah, bukankah semestinya secara otomatis dilihat dari dampaknya, “hal-hal yang dianggap tabu” ketika diangkat ke dalam infotainment Silet dalam bentuk yang demikian semakin menegaskan bahwa ia lebih tabu?

Dengan fakta yang demikian, tentunya infotainment (infotainment Silet) yang mengkategorikan dirinya sebagai bagian dari ranah jurnalistik, yaitu *soft journalism* atau *soft news* telah menodai kode etik jurnalistik itu sendiri, karena ia telah gagal menjunjung keadaan ideal dari tanggungjawabnya sebagai *soft journalism* yang sejatinya menyajikan informasi yang disampaikan dengan metode hiburan, dalam infotainment Silet justru sisi hiburannya yang dijadikan substansi untuk disampaikan kepada khalayak. Sejauh sisi hiburan yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan sebenarnya tidak masalah, justru masalah menjadi semakin parah, karena pengertian hiburanpun dalam infotainment Silet sudah mengalami distorsi dan penyimpangan makna pula.

Bahasa yang sering terjadi ialah gejala pencitraan, dan tentu berpengaruh besar terhadap khalayak pada umumnya

(Mulyana, 2005: 65). Jadi, penggunaan kata-kata di atas tidak lain hanyalah sebuah siasat untuk melayakkan kebanalan isi berita yang disampaikan infotainment Silet, karena dengan kata tersebut bisa memperdaya atau mengelabui daya kritis khalayak terhadap tayangan yang disampaikan infotainment Silet.

Simpulan

Setelah melakukan analisis terhadap motto infotainment Silet sesuai dengan metode penelitian dalam skripsi ini, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa dalam mottonya infotainment Silet telah menggunakan bahasa yang dapat mengalihkan realitas. Melalui bahasanya infotainment Silet mengkonstruksi makna terhadap khalayak bahwa setiap informasi (kisah dan kasus para selebriti tanah air) yang ditayangkan di infotainment Silet (yang awalnya dilarang atau tidak diinginkan oleh suatu kelompok, budaya, dan masyarakat) telah mengalami perubahan dari wujud aslinya. Hal-hal yang pada mulanya diakui dan dipercaya sebagai sesuatu yang tabu, tetapi ketika masuk dalam infotainment Silet telah menjadi layak atau pantas, sehingga memang sudah seharusnya untuk dibicarakan atau dijadikan bahan pembicaraan.

Dengan demikian, infotainment Silet memberikan sugesti dan ‘kesadaran palsu’ bagi khalayak bahwa segala hal yang ditayangkan infotainment Silet adalah hal yang baik dan benar. Penggunaan kata-kata dalam mottonya tidak lain hanyalah sebuah siasat untuk melayakkan kebanalan isi berita yang disampaikan infotainment Silet, karena dengan kata tersebut bisa memperdaya atau mengelabui daya kritis khalayak terhadap tayangan yang disampaikan infotainment Silet.

Implikasi penelitian ini yaitu; *Pertama*, media seharusnya menyajikan

informasi yang dapat membentuk pemahaman yang tidak ambivalensibagi khalayak dalam memaknai sebuah realitas, maupun menyikapi sebuah kasus yang sedang terjadi. *Kedua*, langkanya penelitian mengenai infotainment, perlulah mendapat perhatian secara serius dari para peneliti, mengingat prospek infotainment kedepan masih besar, karena didukung oleh melonggarnya regulasi dan tingginya minat masyarakat terhadap informasi dan hiburan yang ditayangkan oleh infotainment.

Daftar Pustaka

- Abdul Chaer, *Sintaksis Bahasa Indonesia: Pendekatan Proses*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Alex Sobur, *Analisis Teks Media (Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing)*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Depdikbud Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKiS, 2001.
- _____, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*, Yogyakarta: LKiS, 2007.
- Davis, Howard dan Paul Walton, *Bahasa, Citra, Media*, terj. Ikramullah Mahyuddin, Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

Iswandi Syahputra, *Jurnalistik Infotainment*, Yogyakarta. Pilar Media, 2006.

_____, *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme dan Infotainment dalam Industri Televisi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Mulyana, *Kajian Wacana: Teori, Metode dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005.

Yasraf Amir Piliang, *Transpolitika: Dinamika Politik di dalam Era Virtualitas*, Yogyakarta: Jalasutra, 2005.

Jurnal:

Robby H. Abror, "Komodifikasi Gosip dan Selebriti dalam Infotainment: Harapan dan Tantangan bagi Jurnalisme Islam (Perspektif Filsafat Budaya dan Media)". *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol I. No I. Januari-April 2013.

Mursito BM, "Realitas Infotainment di Televisi". *Komunikasi Massa*, Vol IV: II, Juli 2011.

Internet:

Fransisco Rosarians, "KPI: Program Infotainment di TV Semakin Buruk", <http://www.tempo.co/read/news/2014/03/14/173562168/KPI-Program-Infotainment-di-TV-Semakin-Buruk>

kbbi.co.id

www.creativeindigo.net

MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PADA SEKTOR INFORMAL DI YOGYAKARTA

Sauptika Kancana, Puji Lestari, dan Fera Nurfichayanti

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Jl. Babarsari No. 2 Tambakbayan Sleman Yogyakarta, No Telp (0274) 485268, Email : s_kancana@gmail.com, puji.lestari@upnyk.ac.id, ferranurcahyo@yahoo.com

Abstract

This research aims to find out model of communication marketing as means to increasing the power of women's UKM in informal sector of Yogyakarta. Research methodology in qualitative descriptive is used with collect data, focus group discussion (FGD). These research methodology are service, food, and farm. Result of this research found model of communication marketing which is used media social methodology in informal sector to increasing the power of women's UKM of Yogyakarta. This research extend give recommendation for women's UKM of Yogyakarta to optimize their effort through social media such as facebook, twitter, instagram, and website.

Keywords: Women's UKM, Informal Sector, Marketing Communication

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan model komunikasi pemasaran sebagai upaya peningkatan pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) perempuan di sektor informal di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data focus group discussions (FGD). Informan penelitian ini antara lain pengusaha mikro di bidang jasa, makanan, dan peternakan. Hasil penelitian ini menemukan model komunikasi pemasaran yang menggunakan metode sosial media dalam sektor informal untuk meningkatkan pemberdayaan UKM perempuan di Yogyakarta. Penelitian ini memberikan rekomendasi agar UKM perempuan ini mengoptimalkan usaha mereka melalui sosial media diantaranya facebook, twitter, instagram, dan website.

Kata kunci: UKM Perempuan, Sektor Informal, Komunikasi Pemasaran

Pendahuluan

Usaha sektor informal merupakan salah satu penyokong kekuatan ekonomi masyarakat. Sektor informal mampu menggerakkan serta meningkatkan pendapatan khususnya bagi golongan ekonomi lemah. Dari hasil penelitian yang dilakukan di India oleh Patgaonkar, Sadasiv and Barhat (2012) bahwa bisnis di sektor informal memiliki peran yang sangat signifikan di bidang kewirausahaan hal ini ternyata juga terjadi di Indonesia khususnya pengusaha perempuan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

UKM memiliki dampak yang besar dalam hal mengatasi pengangguran dan peningkatan pendapatan. UKM yang berkembang saat ini tidak hanya dilakukan oleh golongan laki-laki namun lebih

dari 60% dimiliki oleh perempuan (Linda, 2013). Perempuan sangat berperan dalam pemenuhan ekonomi keluarga, namun peran mereka bidang ekonomi seringkali terabaikan dan masih kurang diperhitungkan. Menurut Primadi, hal ini dapat dibuktikan dengan pendataan perempuan dalam angkatan kerja yang dilakukan di sektor formal, sedangkan angkatan kerja di sektor domestik dan informal belum dianggap sebagai kegiatan produktif sehingga perempuan bekerja di sektor ini tidak dihitung sebagai angkatan kerja (<http://mitramandiri.org/index.php/sarasehan-penguatan-ukm-perempuan-se-jabotabek.html>).

Banyak perempuan memegang peranan penting dalam usaha mikro dan usaha kecil. Jenis usaha ini sangat diminati

Tabel.1 Kategori Usaha Perempuan

No	Kategori	Produk	Harga	Promosi	Distribusi	Manajemen Keuangan
1	Makanan Ringan	Kemasan masih sederhana, Belum ada label, Belum memiliki izin BPOM/PIRT	Harga bersaing	Belum ada promosi	Konsinyasi	Manajemen keuangan belum tertata, Dana terbatas
2	Restauran	Rasa enak, Menu terbatas, Penyajian masih sederhana	Harga Bersaing	Belum ada promosi	Lokasi tidak strategis	Manajemen keuangan belum tertata, Dana terbatas
3	Warung Kelontong	Tata letak produk belum bagus, Produk belum lengkap	Harga Bersaing	Belum ada promosi	Tempat relatif kecil	Manajemen keuangan belum tertata, Dana terbatas
4	Laundry and dry	Kurang wangi, Kurang begitu bersih	Harga Bersaing	Belum ada promosi	Lokasi tidak strategis	Manajemen keuangan belum tertata, Dana terbatas
5	Pakaian	Produk terbatas	Harga Bersaing	Belum ada promosi	Konsinyasi	Manajemen keuangan belum tertata, Dana terbatas

Sumber: Kencana (2013)

oleh kelompok perempuan karena dapat mendukung ekonomi keluarga, meningkatkan kualitas diri dan membuka peluang bagi peningkatan kualitas kesejahteraan keluarga (Sumampouw dkk, 2000). Banyaknya UKM wanita dalam sektor informal hingga kini semakin banyak, namun permasalahan yang terjadi muncul karena kurangnya pengetahuan mengenai komunikasi pemasaran yang harus diadopsi sehingga usaha yang dibuat tidak terpublikasikan secara luas. Kondisi UKM perempuan khususnya di sektor informal khususnya dalam hal komunikasi pemasaran saat ini terdapat banyak kendala diantaranya adalah belum adanya promosi

produk yang maksimal, disamping itu distribusi produk juga terkendala beberapa hal seperti lokasi pemasaran yang tidak strategis atau relatif kecil sehingga sulit dijangkau.

UKM Perempuan, Sektor Informal, dan Komunikasi Pemasaran

Hasil penelitian sebelumnya oleh Chirwa (2004) menunjukkan bahwa antara gender dan kinerja usaha merupakan suatu hal yang bersifat kompleks. Tidak ada perbedaan yang signifikan atas keuntungan yang diperoleh. Usaha yang dimiliki oleh perempuan cenderung tumbuh lebih cepat dalam hal jumlah karyawan daripada

usaha yang dimiliki laki-laki tetapi usaha yang dimiliki oleh perempuan cenderung menurun atau tidak ada perubahan dalam peningkatan penjualan daripada yang dimiliki oleh laki-laki. Selain itu pendidikan merupakan faktor penentu kesuksesan sebuah usaha yang dimiliki oleh wanita. Akan tetapi dari hasil survey penelitian yang dilakukan oleh Williams dan Gurtoo (2011) ternyata perempuan lebih berhasil di saat mereka memiliki usaha sendiri dibanding bekerja untuk orang lain. akan tetapi perempuan bukan berarti tidak mempunyai kendala dalam menjalankan usahanya.

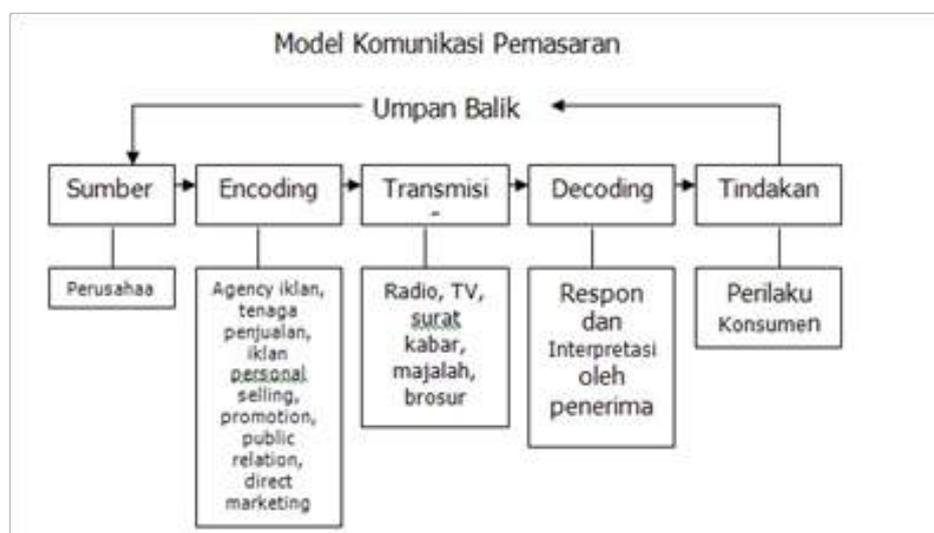
Penelitian lain oleh Spring (2009) menyatakan Usaha di sektor Informal biasanya mengacu pada kegiatan bisnis yang tidak terdaftar, tidak diatur, dan tidak membayar pajak, yang termasuk jenis usaha ini antara lain perusahaan jasa, kegiatan produksi rumahan, dan usaha kaki lima yang cenderung di dominasi oleh negara-negara berkembang. Produktifitas usaha yang dimiliki perempuan di sektor informal merupakan masalah utama yang sering dihadapi. Kurangnya keterampilan dan pengetahuan di bidang usaha yang mengakibatkan hal tersebut terjadi. Sebagaimana yang disampaikan oleh Chen (2012) bahwa pengusaha di sektor informal membutuhkan aset produktif, teknis dan keterampilan

bisnis, dan layanan infrastruktur untuk lebih mampu bersaing di pasar.

Masalah yang dihadapi UKM adalah kelemahan yang terjadi dari dalam dan luar UKM itu sendiri. Kesulitan dalam pemasaran disebabkan oleh keterbatasan informasi mengenai perubahan dan peluang pasar, dana untuk pembiayaan distribusi, kurangnya promosi, kurangnya wawasan dan pengetahuan pengusaha mengenai bisnis dan komunikasi.

Guna meningkatkan daya saing dan mengatasi persoalan kurangnya promosi UKM dapat menggunakan komunikasi pemasaran. Terdapat model komunikasi pemasaran yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menjelaskan UKM perempuan sektor informal di DIY. Model komunikasi pemasaran ini meliputi Sumber yaitu perusahaan, encoding berupa promosi, transmisi melalui media massa, decoding yaitu respon penerima dengan hasil akhir berupa tindakan atau perilaku konsumen (Sutisna, 200 : 270). Komunikasi UKM perempuan di sektor informal dapat berkembang apabila menggunakan media massa sebagai alat untuk promosi serta memperoleh respon dari konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model strategi komunikasi pemasaran sebagai upaya peningkatan pemberdayaan UKM perempuan pada



Gambar 1. Model Komunikasi Pemasaran Sumber: (Sutisna,2001 : 270)

sektor informal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dilakukan mengingat begitu pesatnya bisnis disektor perempuan saat ini yang sebagian besar belum memiliki model dan arah yang jelas dalam menjalankan sebuah usaha.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk kategori penelitian kualitatif, yaitu suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah maka sifatnya naturalistik dan mendasar atau bersifat kealamiahannya serta tidak bisa dilakukan di laboratorium melainkan harus terjun di lapangan. Penelitian semacam ini disebut dengan *field study* (Nazir 1986:159).

Pengambilan data dilakukan dengan teknik wawancara mendalam (*in dept-interview*) dan *Focus Group Discussion* (FGD) antara perempuan pemilik usaha di sektor informal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi penelitian berada di 5 (lima) wilayah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu di Kabupaten Bantul, Sleman, Kulonprogo, Gunung Kidul dan Kota Yogyakarta.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perempuan yang memiliki usaha di sektor informal di wilayah Yogyakarta. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *cluster sampling*, yaitu dengan perwakilan perempuan yang mempunyai usaha kecil di sektor infor-

mal dari beberapa wilayah yang tersebar di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian pengumpulan instrumen penelitian yang digunakan untuk pengambilan data dilakukan dengan wawancara terstruktur dengan kelompok diskusi (FGD) perempuan pemilik usaha kecil di sektor informal di Yogyakarta.

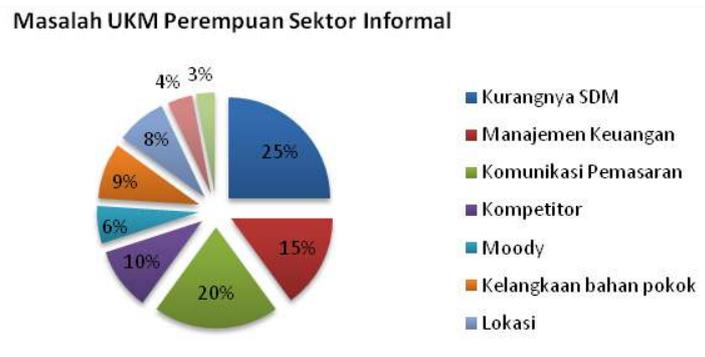
Metode analisis data yang digunakan beragam, dan disesuaikan dengan tahapan penelitian yang dilakukan. Identifikasi kendala usaha kelompok dikumpulkan dengan wawancara mendalam, kemudian dianalisis dengan direduksi menggunakan diagram afinitas. Pemunculan ide dan penggabungan ide perbaikan usaha dari sisi pemasaran dan keuangan dilakukan dengan kelompok diskusi (*Focus Group Discussion*).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil pengumpulan data yang telah dilakukan melalui FGD (*Focus Group Discussion*) dari beberapa kelompok UKM Perempuan pada sektor informal di DIY yang berasal dari 5 (lima) wilayah, yaitu Kab. Sleman, Kab. Kulon Progo, Kab. Gunung Kidul, Kab. Bantul dan Kotamadya. Dari hasil identifikasi jenis usaha secara garis besar bisa dikelompokkan menjadi 4 (empat) kategori, yaitu : (a) usaha fashion, (b) makanan, (c) jasa dan, (d) ternak. Dari pengumpulan data dari keempat kelompok tersebut ditemukan beberapa permasalahan yang dirasakan oleh

Tabel 2. Tahapan Penelitian

Tahap	Kegiatan
Pertama	melakukan pendataan anggota atau peserta FGD dengan mengidentifikasi jenis usaha yang dijalankan
Kedua	mengelompokkan peserta sesuai dengan jenis usaha
Ketiga	setiap kelompok usaha melakukan diskusi kelompok dengan dipandu oleh 2 pembantu peneliti
Keempat	para pembantu peneliti melakukan wawancara mendalam dengan mendasarkan pada draft pertanyaan mendalam



Bagan 1. Masalah UKM Perempuan Sektor Informal

UKM di sektor informal yang dimiliki oleh para perempuan digambarkan dalam bagan.1.

Persoalan dalam bagan 1 dideskripsikan dari hasil FGD sebagai berikut;

Kelompok Fashion

FGD untuk kategori fashion konveksi terdiri dari empat anggota yakni Adini Maharani, Ibu Diah Widowati, Ibu Yuni Hastuti dan Dita Kusumaningrum. Masing-masing memiliki usaha yang beragam dengan lama berkecimpung di bidang tersebut juga berbeda-beda terdiri dari usaha butik, kreasi jumputan, rajutan, dan aksesoris bross.

Sebagai usahawati mereka selalu mendapat tantangan ketika menjalankan usahanya, menurut ibu Yuni kendala terbesar adalah kurangnya sumberdaya manusia. Ia bercerita bahwa di zaman saat ini sulit mengajak anak-anak muda untuk berkreasi kusunya di bidang rajut. Banyak orderan bahkan pernah ditawarkan untuk keluar negeri, akan tetapi ditolak karena tidak ada yang bias membantunya. Semuanya dilakukannya sendiri dan menurutnya hal-hal yang berbau hand made dan berbahan local kurang diapresiasi oleh anak-anak muda zaman sekarang ini. Sebenarnya beliau sudah berusaha untuk mengajak bahkan mengajarkan teknik dasar menyulam, akan tetapi selalu dikacaukan oleh anak muridnya, walaupun sudah diajarkan dengan teknik yang sama dan sederhana namun selalu tidak berhasil. Masalah kekurangan SDM juga

dibenarkan oleh Diah, pengalaman serupa dirasakannya saat mendekati bulan lebaran seperti saat ini, ketika orderan butiknya meningkat, penjahit utamanya berhalangan dan minta cuti, alhasil jahitannya pun tertunda dan banyak orderan yang dipindahkan ke penjahit lainnya. Hal ini dikarenakan untuk jahitan tertentu hanya bias dilakukan oleh dia, dan penjahit lainnya tidak mengetahuinya.

Berbeda dengan SDM yang berkaitan dengan skill membuat produk, berbicara mengenai pembagian job disc, sudah dijalankan dengan benar karena menggunakan manajemen standar bukan manajemen yang rumit. Menurut Ibu Diah pembagian pekerjaan di butiknya berjalan rapi, karena sebelumnya sudah mendapatkan arahan, mulai dari cara menerima tamu saat datang hingga menerima complain dari tamu.

Untuk product branding melalui kemasan ibu Yuni menggunakan kertas namun didesain sehingga menarik dan berbeda dengan yang lainnya. Hal yang menarik adalah ketika motifnya kelihatan pada plastic yang disesain menerawang pada pembungkusnya, namun untuk nama brandnya masih menggunakan kertas yang di selipkan pada pembungkusnya. Berbeda dengan ibu Yuni, ibu Diah selangkah lebih maju, semua produknya menggunakan label nama brandnya yakni Rinas Batik, juga plastic bungkusannya menggunakan Rinas Batik.

Media promosi juga mulai berkem-

bang, sayangnya ini dijalankan oleh pegawainya bukan pengelolanya karena pengelolanya masih kurang melek teknologi, sehingga diambil alih oleh pegawainya. Hal positifnya adalah media promosi yang dipakai mulai menggunakan facebook dan juga Instagram yang sedang populer saat ini. Selain group pada BBM dan juga WA serta Line. Pesannya pun beragam akan tetapi lebih banyak pada group BBM, kemudian Instagram juga banyak, namun yang berkunjung tetap menjadi prioritas. Namun kebanyakan tetap mempromosikannya itu lewat teman. Selain itu juga sering mengikuti pameran dan bazar untuk mempromosikan produk-produk yang dimiliki.

Managemen keuangan kelompok ini ternyata belum terstruktur dengan baik, terkadang sering sekali modal usaha tercampur dengan urusan pribadi dan hasilnya modal habis. Ini sering terjadi kata bu Yuni dan bu Diah. Berbeda dengan ini menurut Dita, saat ini keuangannya masih bias dipegang karena menurutnya masih untuk sebatas uang jajan belum terlalu diseriiskan, namun suatu saat akan tetap ingin serius.

Kelompok Usaha Makanan dan Kelontong

Kebanyakan para anggota di kelompok usaha makanan dan kelontong menemui masalah utama pada cukup banyaknya kompetitor yang menjual produk sejenis. Selain itu bahan pokok yang sulit diperoleh dengan pasti menjadikan dua masalah utama dalam menjalankan bisnis mereka. "Masalah selama saya menjalani usaha ini ya kompetitornya yang jualan barang kayak saya dipasar lumayan berat, kadang juga jualan tergantung mood, bahan pokoknya susah diperoleh" tutur narasumber yang merupakan penjual makanan kecil. Narasumber mengatakan banyak produk sejenis yang dijual di pasar seperti yang dibuatnya, dia menyampaikan me-

mang berat menghadapi pesaing apalagi jika pesaing memasang harga yang lebih murah, hal ini juga dialami oleh ibu-ibu yang membuka warung kelontong. Selain pesaing yang banyak dari yang mereka juga mengatakan kesulitan untuk mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang sama, ini dialami ibu yang berbisnis membuat gethuk, dimana singkong yang dia beli sebagai bahan baku tidak selalu memiliki kualitas yang sama bagusnya setiap harinya. Beberapa permasalahan tersebut terkadang membuat mereka tidak bisa teratur dalam menjalankan bisnisnya.

Sistem pengelolaan keuangan pada penjual makanan dan kelontong rata-rata penjual belum memiliki karyawan, melainkan dibantu oleh anggota keluarga mereka. Ketika ditanya mengenai tentang profesionalitas dalam bekerja narasumber menjelaskan, "Bekerjanya kadang tidak sesuai tuhas, karena kalau keluarga masih punya kesibukan sendiri". Berbeda dengan memperkerjakan karyawan yang bisa sepenuhnya melakukan sesuai pekerjaan yang harus dilakukan, anggota keluarga yang membantu bisnis mereka cenderung tidak fokus karena mereka terkadang sibuk dengan kegiatannya masing-masing.

Kelompok Jasa

Anggota di kelompok usaha jasa terutama laundry menghadapi masalah terkait permodalan, tempat usaha, kemasan, pesaing, promosi, serta baju pelanggan laundry yang sering hilang. Permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu yang berbisnis di bidang laundry lebih kompleks, tidak hanya permasalahan kekurangan modal usaha akan tetapi masalah yang umum antara lain kemasan baju laundry selain masalah promosi jasa laundry serta semakin banyaknya orang yang membuka jasa laundry. Belum lagi permasalahan teknis seperti baju yang hilang yang mengakibatkan adanya kerugian finansial.

Selain itu lokasi usaha yang strategis sangat penting, artinya jasa laundry yang di pinggir jalan lebih mudah dilihat dan dikenal orang. Hal ini menjadi kendala bagi ibu-ibu yang bergerak di usaha jasa ini karena lokasi jasa laundry mereka rata tidak berada di pinggir jalan umum yang mudah dilihat orang.

Pemasaran jasa ternyata terkendala oleh keterbatasan jarak, para ibu-ibu pengusaha laundry belum dapat memasarkan jasanya diluar dari wilayah mereka tinggal. Serta belum ada upaya untuk merambah ke lokasi yang lebih luas, walaupun ada keinginan untuk memperluas pasar tetapi terhalang oleh kurangnya modal "Belum pernah ke tempat lain selain di daerah rumah saya, sebenarnya ingin memperluas jika ada modal".

Kelompok Budidaya Ternak

Permasalahan utama yang dihadapi para anggota di kelompok usaha budidaya ternak adalah bau ternak. Hal ini disampaikan oleh ibu yang memiliki usaha budidaya lele, Selain itu lele sering tidak sehat dengan munculnya jamur yang menjadi penyakit bagi lele, belum lagi masalah keamanan dari pencurian. Khususnya untuk masalah keamanan mereka kesulitan untuk mendapatkan karyawan yang mau menjaga. Dalam menjalankan bisnis budidaya ternak (lele) masih dilakukan sendiri (dengan keluarga) dan belum memiliki karyawan, serta belum mengelola keuangan hasil dari kegiatan bisnis secara profesional, sehingga keuangan masih tercampur dengan uang kebutuhan keluarga.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan sangat berperan penting dalam pengembangan ekonomi keluarga, terutama pada sektor informal. Hal ini berkaitan erat dengan upaya untuk mencapai Millenium Development Goals (MDG's) atau tujuan pembangunan millennium yang ditujukan pada pencapaian hak-hak dasar kebutuhan hidup bagi segenap

bangsa Indonesia, khususnya menyangkut menanggulangi pengentasan kemiskinan dan kelaparan yang ekstrim, mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, dan membangun kemitraan global dalam pembangunan terutama dengan mengembangkan usaha produktif yang layak dijalankan untuk kaum muda. Berdasarkan data lebih dari 50% pelaku ekonomi UMKM adalah perempuan (Mudrajad konconro: 2009).

Data dari kementerian koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2010 menyatakan sekitar 60% UKM dikelola oleh perempuan Indonesia. (Nahiyah: 2013). Data tersebut mengindikasikan bahwa perempuan peranan penting dalam peningkatan perekonomian negara. Peran perempuan dalam aktivitas ekonomi tidak hanya berperan dalam memperkuat ketahanan ekonomi keluarga dan masyarakat namun juga mengurangi efek fluktuatif ekonomi; berkontribusi dalam upaya menurunkan angka kemiskinan dan menjamin pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Penelitian ini mengembangkan sebuah model pemberdayaan UKM perempuan pada sektor informal di Yogyakarta. Hal ini dilakukan mengingat begitu pesatnya bisnis di sektor perempuan saat ini yang sebagian besar belum memiliki model dan arah yang jelas dalam menjalankan sebuah usaha. Model pemberdayaan perempuan dapat meningkatkan ekonomi di sektor informal sehingga kesejahteraan masyarakat juga akan meningkat dan memberi kontribusi dalam mengurangi tingkat kemiskinan.

Model pemberdayaan yang menjadi temuan penelitian mengindikasikan bahwa beberapa kelompok UKM perempuan menyadari pentingnya etos kerja, budaya masyarakat yang mendukung usaha kaum perempuan, dan pola pikir mengenai; Absorptive Capacity, Innovation Capability, dan Knowledge Sharing. Beberapa hal tersebut dapat digunakan untuk mengem-

bangkan strategi pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen produksi yang dapat meningkatkan produktivitas UKM Perempuan di sektor informal khususnya di DIY.

Etos Kerja dan Pola Pikir

Weber dalam Van Ness et al (2010) menyoroti nilai komitmen kerja dan mengangkat pertanyaan mengapa beberapa orang menempatkan kepentingan yang lebih besar pada pekerjaan dan tampak lebih teliti daripada yang lain. Ini berarti bahwa komitmen dalam menjalankan bisnis adalah bagian dari kesuksesan. Etos kerja dan pola pikir perempuan sebagai pemilik usaha di sektor informal juga tidak lepas dari konsep tersebut. Peningkatan komitmen terutama dalam kontinuitas untuk melakukan bisnis adalah sangat penting.

Seperti yang ada dalam data penelitian hasil dari wawancara mendalam dengan mereka diketahui bahwa para perempuan pemilik bisnis di sektor informal memiliki masalah kontinuitas dalam menjalankan usaha mereka terutama ketika mereka dihadapkan pada kurangnya bahan baku, suasana hati yang buruk dan dalam menghadapi pesaing, kurangnya pekerja terampil, serta kekurangan modal. Pola pikir yang gampang menyerah ketika menghadapi berbagai permasalahan dalam melakukan bisnis sekaligus bentuk dari komitmen ternyata berpengaruh terhadap produktivitas bisnis mereka. Etos kerja merupakan kumpulan nilai-nilai dan perilaku yang dimiliki pengusaha sesuai dengan tempat kerja (<http://www.operonresource.com/wpcontent/themes/operon/assets/pdf/seekers/Demonstrating-Good-Work-Ethic.pdf>).

Hal ini terkait dengan tekanan sosial yang dialami oleh perempuan dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang dinyatakan oleh tekanan sosial dalam keluarga memiliki hubungan dengan etos kerja, bersama pengaruh tekanan sosial pada kel-

uarga juga menunjukkan beberapa kemungkinan: pertama, wanita adalah tulang punggung keluarga, karena kemungkinan suami tidak bisa mencukupi atau memenuhi kebutuhan keluarga atau perempuan sebagai janda dan keluarga orang tua tunggal. Sementara bisnis sektor informal memiliki sifat yang berbeda dibandingkan dengan bisnis yang formal seperti yang dijelaskan oleh Marleni bahwa industri rumah tangga (home industry) termasuk jenis industri kecil. Sistem keluarga adalah dasar dari industri pedesaan, sebagian besar pekerja berasal dari keluarga sendiri, sering tidak menerima upah dan hubungan antara buruh dengan pemilik mereka lebih berorientasi keluarga. Karakteristik industri rumahan adalah sebagai berikut: (a) merupakan industri kecil dengan tenaga kerja kurang dari lima orang, (b) menggunakan teknologi sederhana, (c) bahan baku berasal dari desa setempat atau sekitar desa (www.kafaah.org/index.php/kafaah/tulisan/.../pdf).

Kurangnya karakter, komitmen dan pola pikir yang gampang menyerah serta mudah dipengaruhi perasaan emosi yang kurang stabil akan berdampak pada saat menjalankan bisnis. Perempuan memiliki kelemahan yang sama yang bisa menjadi penyebab kegagalan sebagai sebuah bisnis, antara lain: memanfaatkan kesempatan untuk kepentingan pribadi, tidak berani mengambil risiko, kurang percaya diri, atau terlalu percaya diri, terlalu ambisius untuk menangani bisnis di luar kemampuan, wawasan sempit sehingga kurangnya informasi, tidak dapat membagi waktu pada peran gandanya, sibuk dengan urusan keluarga sehingga aliran waktu untuk kegiatan bisnis mereka adalah minimal, kurang sabar atau emosi yang tinggi, mengeluarkan keputusan dengan tergesa-gesa.

Budaya dan Ekonomi UKM Perempuan di Sektor Informal

Pada akhir tahun 2015 ini, negara-negara ASEAN siap memasuki pasar

bebas regional yang dikenal dengan sebutan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Para pemimpin ASEAN sejak satu dekade lalu sudah merancang bahwa negara-negara ASEAN akan menjadi pasar tunggal sekaligus sebuah kawasan ekonomi yang terintegrasi. Implikasinya, tidak ada lagi hambatan bagi pergerakan barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja yang melintasi batas-batas negara-bangsa.

Pemerintah Indonesia sendiri menyambut MEA ini dengan optimisme besar. Di hadapan peserta Musyawarah Nasional (Munas) ke-XV Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi), di Jakarta, tanggal 12 Januari 2015, Presiden Jokowi menyatakan bahwa Indonesia akan 'menyerbu' pasar negara-negara lain di ASEAN. Namun, optimisme Presiden Jokowi tersebut tidak bisa menutupi kegalauan mayoritas rakyat Indonesia, terutama lapisan sosial-ekonomi paling bawah (buruh, petani, kaum miskin perkotaan, dan lain-lain), yang sangat rentan menjadi korban dari perdagangan bebas, termasuk kaum perempuan. Mengapa kaum perempuan? Ada faktor sosial-budaya dan ekonomi yang membuat kaum perempuan Indonesia sangat rentan terhadap kebijakan ekonomi. Termasuk terhadap efek perdagangan bebas. Menurut analisis Rini S.Pd, Koordinator Hubungan Internasional Aksi Perempuan Indonesia (API) Kartini menyatakan terdapat beberapa hambatan bagi UKM perempuan, yaitu : Pertama, konstruksi sosial-budaya yang menghambat kaum perempuan dalam mengambil peran lebih luas ranah kehidupan sosial, pendidikan, politik, dan lain-lain. Konstruksi sosial itu adalah anggapan bahwa wilayah perempuan itu adalah di dalam rumah-tangga (domestik). Ini tidak terlepas dari masih kuatnya ideologi patriarki mencengkeram kaum perempuan hingga saat ini. Kedua, kebijakan ekonomi neoliberal yang makin menyingkirkan kaum perempuan dari faktor dan alat-alat produksi.

Terutama di sektor pertanian subsisten dan usaha produksi berskala kecil. (Sumber : <http://www.berdikarionline.com/opini/20150508/nasib-perempuan-dihadapan-mea-2015.html#ixzz3hDUa1Vio>).

Vandana Shiva, seorang feminis India, berpendapat bahwa sistem ekonomi neoliberal yang bertumpu pada kalkulasi pertumbuhan, tidak menghitung kontribusi ekonomi perempuan pada produksi skala kecil (Sumber : <https://marsinah-fm.wordpress.com/2013/03/22/vandana-shiva-dan-gerakan-chipko/>). Perempuan yang tersingkir dari arena produksi ini kehilangan penopang hidupnya. Lalu, karena tekanan kebutuhan hidup, banyak diantara mereka yang terpaksa menjadi pekerja sektor informal, buruh migran, tenaga kerja yang siap dibayar murah, dan lain-lain.

Dengan menghitung kerentanan di atas, MEA 2015 yang mengusir liberalisasi ekonomi di segala aspek pasti akan sangat berdampak pada perempuan Indonesia. Pertama, MEA 2015 mengusung agenda perdagangan bebas yang berpotensi menghancurkan sektor produksi di dalam negeri, baik sektor pertanian maupun industri. Dalam konteks itu, produsen skala kecil dan menengah akan dipaksa bersaing dengan produsen skala besar (korporasi besar) yang ditopang oleh teknik produksi yang lebih tinggi dan permodalan yang kuat. Imbasnya sudah jelas: produsen kecil dan menengah itu akan hancur-lebur. Struktur usaha produksi di Indonesia didominasi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Berdasarkan data-data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah per Juni 2013, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 55,2 juta unit atau 99,98 % dari total unit usaha di Indonesia (Purba, 2014). Hal ini diikuti dengan fakta bahwa perempuan menjadi tulang-punggung dari UMKM tersebut. Catatan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlind-

ungan Anak menyebutkan, sebanyak 60% pelaku usaha UKM di Indonesia adalah kaum perempuan. Apabila agenda perdagangan bebas ala MEA menghancurkan produsen skala kecil dan menengah, maka potensi korban terbesarnya adalah kaum perempuan. Perempuan yang bekerja di sektor pertanian pun akan terkena imbas dari liberalisasi impor pangan (sumber : <http://www.berdikarionline.com/nasib-perempuan-dihadapan-mea-2015/>)

Kedua, MEA juga akan mengukung liberalisasi pasar tenaga kerja. Dalam hal ini, negara-negara yang bergabung dalam MEA, termasuk Indonesia, diharuskan menghapus semua aturan atau regulasi yang menghambat perekrutan tenaga kerja asing. Bicara tentang daya saing tenaga kerja, ukurannya adalah tingkat pendidikan, dan daya pengetahuan dan keterampilan. Siapkah tenaga kerja Indonesia, termasuk kaum perempuan di dalamnya, dipersaingkan dengan tenaga kerja asing? Dalam konteks ini, perempuanlah korban karena anggapan sosial, bahwa perempuan tidak perlu sekolah tinggi-tinggi karena toh nanti tugasnya di dapur, masih sangat kuat di benak masyarakat. Hal ini berpengaruh pada tingkat pendidikan dan keterampilan perempuan Indonesia. Statistik pendidikan perempuan. hingga saat ini, masih ada sekitar 5,1 juta perempuan Indonesia yang buta huruf. Angka partisipasi sekolah untuk jenis kelamin perempuan, terutama untuk pendidikan menengah atas dan perguruan tinggi, juga lebih rendah: SMA (18,59 %), Diploma (2,74 %), dan Universitas (3,02 %). Dengan kondisi tersebut, walaupun akan dipaksa bersaing, kaum perempuan Indonesia akan terjerembab dalam pekerjaan yang tidak jauh dari urusan domestik, seperti pembantu rumah tangga, penjaga bayi, dan pengurus orang lanjut usia. Terbukti, mayoritas tenaga kerja wanita Indonesia yang bekerja di luar negeri adalah pekerja rumah tangga, dampaknya secara ekonomi akan "mem-

biarkan yang lemah menjadi mangsa dari yang kuat."

Perbedaan gender telah melahirkan ketidakadilan yang berimbas pada posisi kaum perempuan. Menurut Mansyur Fakhri dalam Sugihastuti (2010:278-279) menyatakan perbedaan gender yang berdasar pada anggapan dan penilaian oleh konstruksi sosial pada akhirnya menimbulkan sifat atau stereotip yang terkukuhkan sebagai koordinat kultural, dan dalam proses yang panjang telah mengakibatkan ketidakadilan bagi kaum perempuan.

Ketidakadilan terhadap perempuan tersebut dibagi dalam enam bagian, yaitu: (1) Perbedaan dan pembagian gender termanifestasikan dalam sub ordinasi kaum perempuan di hadapan laki-laki, terutama menyangkut soal proses keputusan dan pengendalian kekuasaan. (2) Perbedaan dan pembagian gender melahirkan proses marginalisasi perempuan secara ekonomi dan kultur, birokrasi, maupun program-program pembangunan. (3) perbedaan dan pembagian gender membentuk stereotip terhadap kaum perempuan yang berakibat pada penindasan terhadap kaum perempuan. Stereotip merupakan satu bentuk penindasan ideologi dan kultural, yakni pemberian label yang memojokkan kaum perempuan sehingga berimbas pada posisi dan kondisi kaum perempuan. (4) perbedaan dan pembagian gender membuat kaum perempuan bekerja lebih keras dalam hal pengurusan lingkup domestik, terlebih lagi jika kaum perempuan turut bekerja di luar rumah yang menyebabkan mereka menerima beban ganda (mengurus rumah tangga dan bekerja). (5) Perbedaan gender juga mengakibatkan timbulnya kekerasan dan penyiksaan terhadap perempuan baik secara fisik maupun secara mental. (6) Perbedaan dan pembagian gender berikut manifestasinya di atas, menurut Fakhri mengakibatkan sosialisasinya citra, posisikodrasi, dan penerimaan nasib perempuan yang ada. Sosialisasi citra posisi,

kodrat, dan penerimaan nasib perempuan tersebut menimbulkan anggapan pada kaum perempuan sendiri bahwa kondisi dan posisi yang telah ada bagi diri mereka tersebut merupakan suatu yang normal dan kodrati (Sugihastuti 2010:279).

Terkait adanya ketidakadilan terhadap UKM Perempuan analisis pada ukm perempuan di sektor informal di DIY, mereka sangat membutuhkan peningkatan kompetensi bisnis guna menghadapi MEA. Penelitian ini memberikan salah satu alternatif melalui pelatihan strategi komunikasi pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen produksi pada tiap-tiap sektor usaha.

Model Komunikasi Pemasaran UKM Perempuan Sektor Informal di DIY

Perempuan sangat berperan dalam pemenuhan ekonomi keluarga, namun peran mereka di bidang ekonomi sering kali terabaikan dan masih kurang diperhitungkan. Menurut Primadi, Hal ini dapat dibuktikan dengan pendataan perempuan dalam angkatan kerja yang hanya dilakukan di sektor formal, sedangkan angkatan kerja di sektor domestik dan informal belum dianggap sebagai kegiatan produktif sehingga perempuan bekerja di sektor ini tidak dihitung sebagai angkatan kerja (<http://mitramandiri.org/index.php/sarasehan-penguatan-ukm-perempuan-se-jabotabek.html>). Padahal, banyak perempuan memegang peran penting pada usaha mikro dan usaha kecil. Jenis usaha ini sangat diminati oleh kelompok perempuan karena dapat mendukung ekonomi keluarga, meningkatkan aktualitas diri dan membuka peluang peningkatan kualitas kesejahteraan keluarga (Sumampouw dkk,2000).

Permasalahan utama dalam pemberdayaan ekonomi perempuan tidak terlepas dari rendahnya akses perempuan terhadap kepemilikan faktor-faktor produksi termasuk modal. Hal ini diind-

ikasikan menjadi faktor penyebab ketertinggalan perempuan dalam pembangunan ekonomi yaitu terbatasnya akses informasi permodalan, teknologi, bahan baku, pasar untuk distribusi produk yang dihasilkan, hingga lemahnya pengetahuan tentang manajemen usaha. Selain itu usaha mikro dan usaha kecil yang dirintis oleh kaum perempuan lebih banyak tidak berbadan hukum (informal) sehingga sulit untuk berkembang.

Masalah tenaga kerja sepertinya tidak terlalu besar dirasakan oleh pengusaha UKM perempuan. Hal ini terkait dengan karakteristik produk yang dihasilkan relatif sederhana dan tidak membutuhkan keahlian tinggi. Solusinya, diperlukan adanya pengembangan kemitraan usaha. Hubungan ini dikembangkan melalui pola-pola kemitraan yang sifat, kondisi, dan tujuan usaha yang dimitrakan dengan menciptakan iklim usaha yang kondusif baik dalam bidang kualitas produk, promosi, pemasaran, pendampingan dan pembinaan. Pola kemitraan atas hubungan antar pelaku yang bertumpu pada ikatan usaha yang saling menghidupi berdasarkan asas kesetaraan dan kebersamaan.

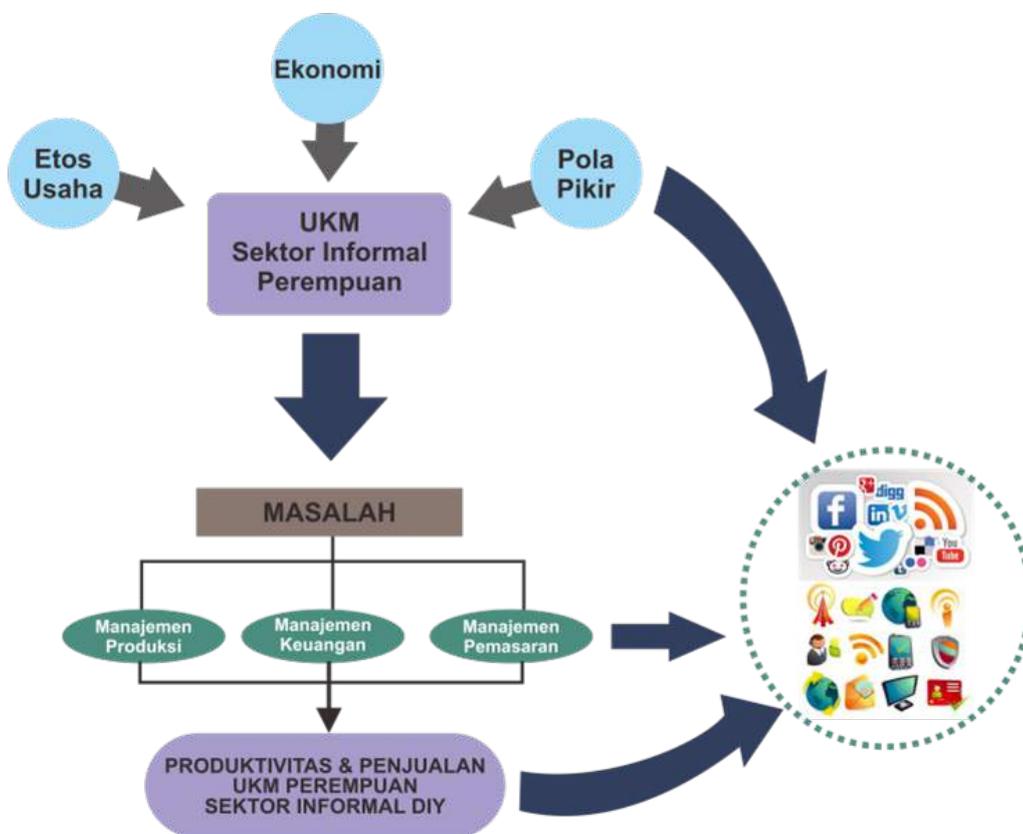
Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan sebuah model strategi pemasaran sebagai upaya peningkatan pemberdayaan UKM perempuan pada sektor informal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dilakukan mengingat begitu pesatnya bisnis disektor perempuan saat ini yang sebagian besar belum memiliki model dan arah yang jelas dalam menjalankan sebuah usaha. Model strategi pemasaran dalam mendukung pemberdayaan perempuan dapat meningkatkan ekonomi disektor informal sehingga kesejahteraan masyarakat juga akan meningkat dan memberikan kontribusi dalam mengurangi tingkat kemiskinan.

Bagan 2 menjelaskan tentang komunikasi pemasaran UKM perempuan sektor informal di Daerah Istimewa Yogyakarta

yang dipengaruhi oleh beberapa elemen, yaitu ; (a) etos usaha, (b) ekonomi, (3) pola pikir. Permasalahan yang paling sering dihadapi oleh UKM Perempuan di sektor informal adalah kesulitan dalam manajemen produksi seperti kekurangan bahan pokok yang diakibatkan oleh kelangkaan. Kemudian adanya permasalahan pada manajemen keuangan disebabkan oleh tidak adanya manajemen keuangan yang jelas dan terstruktur, dikarenakan pembukuan tidak dijalankan dengan baik sehingga muncul kerancuan dalam mengatur keuangan. Selain itu masalah utama yang dialami adalah kurangnya pemahaman dan inofasi dalam manajemen pemasaran menyebabkan produk tidak dapat dipasarkan dengan baik. Masalah-masalah tersebut tentunya akan berdampak pada produktivitas dan penjualan UKM. Solusi yang tepat pada permasalahan utama yaitu manajemen pemasaran di era globalisasi seperti ini sebetulnya dapat dipecahkan

dengan komunikasi pemasaran secara on-line baik melalui website, aplikasi online, dan social media seperti facebook, instagram, twitter, youtube, dan sebagainya.

Salah satu contoh UKM perempuan yang mampu sukses meraup keuntungan ratusan juta tiap bulanya adalah Amelia Herlinda Devita, wirausahawati asal tanggerang yang juga salah satu pemenang ajang Wirausaha Muda Mandiri (WMM) 2016 ini memulai bisnis cokelatnya yang dinamakan Denu Cokelat pada tahun 2011 dengan modal Rp 500.000,-. Produk cokelat buatannya dipasarkan secara on-line, untuk menjangkau konsumen dengan biaya yang minim. Ide memilih bisnis cokelat didapatkan dari hasil browsing di internet, dengan pengembangan lebih lanjut. Produksi cokelat dibuat dengan melibatkan sedikinya 9 orang karyawan di Bandung, Jawa Barat. Untuk pemasaran, Amelia dibantu oleh ratusan agen dan reseller yang tersebar di hampir seluruh



Bagan 2.
Model Komunikasi Pemasaran UKM Perempuan Sektor Informal

Indonesia. (Sumber : <http://finance.detik.com/read/2016/03/16/083025/3165794/480/modal-rp-500-ribu-bisnis-cokelat-ini-sekarang-beromzet-ratusan-juta-rupiah>).

Denu Coklat memiliki instagram <https://www.instagram.com/denucokelat/> dengan 72ribu follower, following 3.700 dan 1.600 posts. Terlihat mereka juga menerima order lewat Line, WA dan BBM. Promosi juga dilakukan di OLX, Tokopedia, Bukalapak, serta Kaskus. Dari instagram tersebut promosi juga dengan dilakukan mendirikan booth di event-event, mendapatkan endorse dari public figure dan melakukan lomba atau giveaway. Kunci kesuksesan mereka adalah produk yang enak, terus berinovasi, rajin mempromosikan produk dengan memaksimalkan media sosial, dan merekrut reseller untuk membantu penjualan produk. (Sumber : <https://www.carajadikaya.com/inter-net-marketing-ala-denu-coklat/>)

Contoh tersebut membuktikan bahwa perempuan memiliki berbagai kelebihan seperti keuletan, etos kerja dan etos usaha yang tinggi, serta kuatnya pemahaman kondisi sosial dan ekonomi keluarga serta masyarakat di Indonesia. Perempuan juga memiliki kelemahan-kelemahan yang menghambat peran serta partisipasinya dalam perekonomian di Indonesia. Kelemahan ini muncul karena masalah antara lain dalam pemberdayaan ekonomi perempuan tidak terlepas dari rendahnya akses perempuan terhadap kepemilikan faktor-faktor produksi termasuk modal. Hal ini diindikasikan menjadi faktor penyebab ketertinggalan perempuan dalam pembangunan ekonomi yaitu terbatasnya akses informasi permodalan, teknologi, bahan baku, pasar untuk distribusi produk yang dihasilkan, hingga lemahnya pengetahuan tentang manajemen keuangan. Ditambah lagi memasuki era digital ini, pengetahuan perempuan yang rendah dalam penggunaan teknologi menjadi penghambat yang menjadikan

kurangnya strategi komunikasi pemasaran.

Teknologi sangat bermanfaat dalam rangka pengembangan usaha, baik dalam rangka peningkatan kualitas maupun kuantitas karena dengan teknologi pekerjaan berjalan secara otomatis akan mempersingkat waktu, mungkin bisa menekan biaya, dan meningkatkan kualitas produk. Dalam prosesnya, pengusaha (pemasar) memberikan informasi kepada konsumen melalui beberapa strategi pemasaran seperti iklan, personal selling, promotion, public relation dan direct marketing (Febriani : 2012).

Pesan atau informasi yang disampaikan hendaknya yang efektif dan mudah dipahami sehingga konsumen tidak kebingungan dalam menginterpretasikan pesan atau informasi yang diberikan. Kreatifitas pemasar sangat dituntut pada proses ini. Untuk memperluas jangkauan penerimaan pesan, pemasar memerlukan media yang bisa menjangkau konsumen.

Komunikasi Pemasaran merupakan istilah yang digunakan untuk menerangkan arus informasi tentang produk dari pemasar sampai kepada konsumen. Dalam pelaksanaan model strategi komunikasi pemasaran dalam peningkatan pemberdayaan UKM Perempuan di sektor informal diharapkan kedepannya para wirausaha perempuan bisa menggunakan media social seperti facebook, Instagram, path, twitter, dan lain sebagainya. Teknologi yang lainnya seperti telepon handphone, email, mesin fax, dan lain sebagainya juga akan meningkatkan produktifitas dan penjualan UKM Perempuan dalam sektor informal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Simpulan

Di era perdagangan global dan untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 diperlukan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial.

Hal ini perlu dilakukan karena sasaran komunikasi pemasaran produk dan jasa dari UKM sektor informal sudah menggunakan media sosial. Berkaitan dengan hal ini para pelaku UKM dituntut untuk dapat menggunakan aplikasi media sosial seperti website, facebook, twitter, hingga instagram. Fakta di lapangan masih banyak UKM perempuan di sektor informal yang belum memiliki kompetensi menggunakan media sosial tersebut. Substansi hasil penelitian ini merekomendasikan agar pelaku UKM perempuan di sektor informal diberi pelatihan mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran. Kepada pihak-pihak yang terkait dengan pengembangan UKM perempuan di sektor informal diharapkan memberikan kontribusi untuk meningkatkan kompetensi pelaku UKM perempuan sektor informal di Yogyakarta.

Daftar Pustaka

- Chen, M. A, (2012) *The Informal Economy: Definitions, Theories and Policies. WIEGO Working Paper No, 1 August 2012*
- Chirwa, E.W, (2004), *Gender and Performance of Micro and Small Enterprises in Malawi, Working Paper WC/01/04, March*
- Faraz, J. Nahiyah. 2013. *Peran Serta Perempuan dalam UMKM. Makalah Online. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.*<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pengabdian/dr-nahiyah-jaidi-mpd/peran-serta-perempuan-dalamumkm.pdf>
- Febriani, SE, M.Si. 2012. *Peran Wanita Dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kota Padang. Padang: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Volume 3 No.3 September 2012: 10-20*
- Gumelar, Linda, <http://www.koran-sindo.com/node/328306> Minggu 10 November 2013
- Jayawarna, D; et all, (2012) *Gender and Alternative Start-Up Business Funding, SEED Working Paper No. 47 Series on Women's Entrepreneurship Development*
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta : Erlangga*
- Kancana, S, (2013), *Constraints on Women's Business : Case Study in Informal Sector, Proceeding IICES 2013, pp. 3-9*
- Nazir, Muhammad, (1986), *Metode Penelitian. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.*
- Patgaonkar, Sadashiv and Barhat, G.H., (2012), *Rural Women Entrepreneurs in the Informal Sector of India (October 1, 2012). The IUP Journal of Entrepreneurship Development, Vol. IX, No. 1, pp. 69-79,*
- Purba, Helltyova. (2014). *Analisis Perbedaan Pajak Penghasilan Terutang Berdasarkan Norma Penghitungan dengan PPH Final Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan di Bidang Usaha Perdagangan. Skripsi. Universitas Atma Jaya, Yogyakarta. Indonesia*
- Spring, A. (2009) *African Women in the Entrepreneurial Landscape: Reconsidering the Formal and Informal Sectors, Journal of African Business, 10:11-30*
- Sugihastuti dan Septiawan, Itsna Hadi. 2010. *Gender dan inferioritas perempuan: praktik Kritik Sastra Feminis. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.*
- Sumampouw S. A. dkk, (2000). *Menegakkan Tradisi, Seri Usaha Mikro Kecil, Swisscontact & Limpad, Jakarta.*

Sutisna. (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Van Ness, Raymond K., Melinsky,K., Budd, Chery L., Seifert, Charles F, (2010, spring) Work ethic : Do new employees mean New Work values?. *Journal of Managerial Issues*. 22,1.ABI/INFORM complete.

Williams, Colin C., Gurtoo, Anjula , (2011) "Women entrepreneurs in the Indian Informal sector: Marginalisation dynamics or institutional rational choice?", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 3 Iss: 1, pp.6 - 22

Internet

(<http://www.berdikarionline.com/opini/20150508/nasib-perempuan-dihadapan-mea-2015.html#ixzz3hDUa1Vio>).

(<http://finance.detik.com/read/2016/03/16/083025/3165794/480/modal-rp-500-ribu-bisnis-cokelat-ini-sekarang-beromzet-ratusan-juta-rupiah>)

(www.kafaah.org/index.php/kafaah/tulisan/.../pdf)

(<https://marsinahfm.wordpress.com/2013/03/22/vandana-shivadan-gerakan-chipko/>)

(<http://mitramandiri.org/index.php/sarasehan-penguatan-ukm-perempuan-se-jabotabek.html>)

(<http://www.operonresource.com/wpcontent/themes/operon/assets/pdf/seekers/Demonstrating-Good-Work-Ethic.pdf>)

UCAPAN TERIMA KASIH KEPADA MITRA BEBESTARI

Pengelola jurnal Komunikasi ASPIKOM mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para Mitra Bebestari yang sudah berkenan mereview artikel-artikel, baik yang lolos seleksi dan dimuat di jurnal ini maupun yang tidak dimuat. Mitra Bebestari yang membantu Jurnal Komunikasi ASPIKOM volume 2 nomor 1 sampai 6 adalah:

1. Prof. Deddy Mulyana,MA,Ph.D Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung
2. Prof. Lusiana Lubis,MA.Ph.D Universitas Sumatera Utara (USU) Medan
3. Dr. Atwar Bajari,M.Si Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung
4. Dr. Yenrizal,M.Si Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang

INDEKS PENULIS

Volume 2

(Nomor 1, Juli 2013, Nomor 2, Januari 2015, Nomor 3, Juli 2015, Nomor 4, Januari 2015, Nomor 5, Juli 2015, Nomor 6, Januari 2016)

A

Aminullah, 272

Anggraeni, Novi, 206

Anisti, 295

Arifianto, Budi Dwi, 74

Arlena, Wenny Maya, 49

D

Dasrun, Hidayat, 115, 295

Dini, Cahya Purnama, 359

F

Fazryansyah, M Ifran, 85

Fatonah, Siti, 410

G

Ganiem, Leila Mona, 348

H

Hidayat, Dasrun, 115, 295

Hidayat, Mansur, 385

I

Izzati, Nurul, 376

J

Jati, Rocky Prasetyo, 11

Junaedi, Fajar, 74

K

Kencana, Sauptika, 444

Khasiah, Zikra, 285, 396

L

Lubis, Lusiana Andriani 396

Lestari, Puji, 198, 272, 282, 395, 444

M

Mahanani, Prima Ayu Rizqi, 127

Mariyam, Siti, 437

N

Novitasari, Latifah, 224

Nurficahyanti, Fera 306

P

Peranginangin, Bastanta Bernadus, 425

Perbawingsih, Yudi, 425

Pratiwi, Nugrahaning Esa, 332

R

Ramadani, Dian, 282

Ruliana, Poppy, 255

S

Sabini, Marselinus Nuba, 348

Sari, Afrina, 63

Sejati, Veny Ari, 40, 235

Simatupang, Oktolina, 316

Suciati, 25

Sulistyowati, Fadjarini, 1

Susanti, Herdiana Ayu, 243

T

Toni, Ahmad, 103

Triyanto, 154

U

Ulfah, Mariana, 165

Utami, Yeni Sri, 410

W

Wardyaningrum, Damayanti, 179

Wibawa, Arif, 410

Wijaya, Haris, 339

Wuryansari, Hanun, 198

Z

Zulfiningrum, Rahmawati, 140

INDEKS SUBYEK

Volume 2

(Nomor 1, Juli 2013, Nomor 2, Januari 2015, Nomor 3, Juli 2015, Nomor 4, Januari 2015, Nomor 5, Juli 2015, Nomor 6, Januari 2016)

A

adaptasi Budaya 318, 320, 325, 332*
 advertising, 234,237,238,240,241,242
 aktifitas Media Relations, 335, 336, 337,
 338, 339, 341, 342, 343, 344, 345, 346,
 347, 348, 349
 analisis semiotik, 404
 analisis wacana, 446, 448, 449, 452
 audiens, 11, 12, 3, 155, 156

B

batik, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314,
 315, 316, 317
 berita positif, 335, 336, 337, 338, 341, 342,
 345, 346, 347, 348, 349
 bisnis Online, 381, 382, 383, 384, 385, 386,
 387, 388
 bkkbn 243,244,245,246,247,248

C

citra 238,255,256,257,258,260,264,265,271,
 272
 CSR, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358,
 360, 361

D

difusi inovasi, 183, 184, 194
 dramatsime 224,225,226,227,234

E

ekonomi politik, 141, 146, 152
 eksploitatif, 351
 ertutur, 416, 434, 435, 436, 437, 439, 40,
 441, 442, 443, 444, 445
 etnis, 53, 54, 55
 etnisitas, 52, 53

F

film 224,225,227,228,230,232,233,234,257,

273

gadget, 381, 382, 384, 385, 386, 387
 gaya komunikasi 318, 319, 320, 321, 323,
 324, 328, 329, 332
 informasi kemasan produk obat, 363
 jurnalistik infotainment, 446, 448

K

karo, 434, 435, 436, 439, 440, 441, 442, 443,
 444, 445
 kelompok Penolak 351, 352, 353, 354, 355,
 356, 357, 358, 361
 kepahlawanan 224,225,226,227,228,230,23
 1,232,233,234
 kesehatan, 351, 353, 357, 361, 363, 364, 369,
 372, 373, 374, 375, 378, 385, 386, 387
 keterbukaan, 318, 322, 351, 362
 kloning berita, 297, 298, 299, 300, 301, 302,
 303, 304, 305
 komodifikasi, 165, 166, 167, 168, 171, 173
 komunikasi interpersonal, 399, 420, 421,
 422, 434, 435, 436, 437, 440, 442, 443, 444
 komunikasi kelompok, 193, 194
 komunikasi pemasaran, 236,237,238,255,2
 56,257,258,259,260,262,268,269,273
 komunikasi pemasaran, 453, 454, 455, 456
 komunikasi simbolik, 404, 405, 407, 409,
 411, 413, 415, 417
 komunikasi sosial, 198, 199
 konglomerasi, 27, 28, 30, 33
 konstruksi realitas, 446, 447, 449, 451
 kualitatif, 226, 235, 237, 242, 243, 248, 254,
 265, 276, 284, 287, 293
 kyai, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399,
 400, 401, 402, 403

M

mahasiswa Batak Sumatera Utara, 318
 manjapuik marapulai, 404, 405, 407, 408,

409, 410, 411, 412, 414, 415, 416,
 media Cetak, 301, 314, 335, 336, 337, 338,
 339, 348, 349, 377
 media now, 302, 303, 304, 305
 media sosial, 21, 40, 41, 42, 44, 46
 mitigasi bencana, 179, 180, 181, 186, 188,
 189
 model komunikasi konselor, 418
 motif, 307, 308, 310, 363, 366, 377, 379, 381,
 382, 383, 384, 385, 386, 387
 multikulturalisme, 50, 51, 57
 narapidana narkoba, 418, 419, 420, 422,
 423

P

penggunaan obat, 363, 364, 376, 379
 pentad analysis, 224,225,226,227,228,229,2
 31,232,233,234
 persepsi, 14, 15, 17, 18, 23, 154, 157, 158,
 160
 pesantren, 392, 393, 394, 395, 396, 3397,
 399, 401, 402, 403
 pola komunikasi, 292, 296, 297, 400, 401,
 402, 403, 418, 422, 423, 424, 427, 428,
 429, 431, 432, 439

R

radio komunitas, 5, 6
 radio streaming, 13, 16, 17, 20, 21, 22
 radio, 12, 16, 17
 rehabilitas, 418, 420, 423, 427, 431, 432
 relationship wartawan, 297, 300, 302, 303,
 304
 retail 234,235,236,237,238,239,240,241,242

S

santri, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 399,
 400, 401, 402, 403
 sektor informal, 453, 454, 455, 456, 457,
 459, 460, 461, 463, 464
 seni 224,241,246,250
 simbol, 199, 200
 sistem informasi desa, 2, 3, 7, 8, 9
 sosialisasi 243,245,246,247,248,249,250,25
 1,252,253,268,270,287,289
 strategi Komunikasi 307, 308, 309, 310,
 313, 314, 315, 316, 351, 352, 353, 355,
 359, 360, 361, 374
 strategi komunikasi pemasaran, 307, 308,
 309, 313, 314, 315, 316
 strategi komunikasi, 243,244,245,246,247,
 248,249,250,251,252,253,254,255,256,25
 7,258,260,263,269,272
 strategi public relations 256,257,258,259,2
 61,263,265,267,269,271,279

T

tambang, 351, 352, 353, 354, 356, 357, 358,
 359, 360, 361,
 televisi publik, 175, 176
 tionghoa, 154, 157, 158, 159

U

UKM perempuan, 434, 435, 437, 439, 441,
 443, 445
 uncertainty reduction theory, 434
 uses and gratifications, 17, 24

W

word of mouth, 231,241,242

PETUNJUK BAGI (CALON) PENULIS JURNAL KOMUNIKASI ASPIKOM

1. Artikel yang ditulis untuk JURNAL Ilmu Komunikasi ASPIKOM meliputi artikel hasil penelitian dan artikel konseptual (hasil telaah atau pemikiran) di bidang komunikasi.
2. Artikel ditulis dengan Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris. Naskah diketik dengan program *Microsoft Word*, huruf *Times New Roman* ukuran 12 pts, spasi ganda, margin standar (batas kiri dan batas bawah 4 cm, sedangkan batas kanan dan batas atas 3 cm), dicetak pada kertas A4 dengan panjang 20-30 halaman.
3. Sistematika artikel hasil penelitian adalah judul, nama penulis (disertai alamat institusi, nomor telepon, dan alamat *e-mail*), abstract, abstrak (disertai kata kunci), pendahuluan, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, simpulan, dan daftar pustaka.
4. Sistematika artikel konseptual adalah judul, nama penulis (disertai alamat institusi, telepon, dan alamat *e-mail*), abstrak (disertai kata kunci), pendahuluan, pembahasan (berisi sub-judul-sub-judul (sesuai kebutuhan), penutup, dan daftar pustaka).
5. Judul artikel dalam Bahasa Indonesia tidak lebih dari 12 kata, sedangkan dalam Bahasa Inggris tidak lebih dari 10 kata. Judul ditulis rata tengah, dengan ukuran huruf 16 pts.
6. Nama penulis artikel dicantumkan tanpa gelar akademik, disertai nama dan alamat lembaga asal, serta ditempatkan di bawah judul artikel. Dalam hal naskah ditulis oleh tim, penyunting hanya berhubungan dengan penulis utama atau penulis yang namanya tercantum pada urutan pertama. Penulis utama harus mencantumkan alamat *e-mail*.
7. Abstrak dan kata kunci ditulis dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris). Panjang masing-masing abstrak 75-200 kata, disertai kata kunci sejumlah 3-5 kata. Abstrak minimal berisi masalah, tujuan, metode, konsep, dan hasil penelitian dan pembahasan.
8. Bagian pendahuluan untuk artikel hasil penelitian berisi latar belakang, konteks penelitian, hasil kajian pustaka, dan tujuan penelitian. Bagian pendahuluan untuk artikel konseptual berisi paparan acuan konteks permasalahan berisi hal-hal menarik (kontroversial, belum tuntas, dan perkembangan baru) dan rumusan singkat hal-hal pokok yang akan dibahas. Seluruh bagian pendahuluan dipaparkan secara terintegrasi dalam bentuk paragraf-paragraf, dengan panjang 15-20% dari total panjang artikel. Bagian pendahuluan tidak perlu diberi sub-judul pendahuluan.
9. Bagian metode berisi paparan dalam bentuk paragraf tentang rancangan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang secara nyata dilakukan peneliti, dengan panjang 10-15% dari total panjang artikel.
10. Bagian hasil penelitian berisi paparan hasil analisis yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Pembahasan berisi pemaknaan hasil dan perbandingan dengan teori dan/atau hasil penelitian sejenis. Panjang paparan hasil dan pembahasan 40-60% dari panjang artikel.
11. Bagian inti atau pembahasan untuk artikel konseptual berisi paparan telaah atau pemikiran penulis yang bersifat analitis, argumentatif, logis, dan kritis. Paparan pembahasan memuat pendirian atau sikap penulis atas masalah yang dikupas. Panjang paparan bagian inti atau pembahasan 60-80% dari panjang artikel.
12. Bagian simpulan berisi temuan penelitian yang berupa jawaban atas pertanyaan penelitian atau berupa intisari hasil pembahasan. Simpulan disajikan dalam bentuk paragraf. Panjang paparan bagian simpulan 5-10% dari panjang artikel.
13. Bagian penutup berisi simpulan, penegasan pendirian atau sikap penulis, dan saran-saran. Penutup disajikan dalam bentuk paragraf. Panjang paparan penutup 10-15% dari panjang artikel.

14. Daftar rujukan hanya memuat sumber-sumber yang dirujuk di dalam artikel, dan semua sumber yang dirujuk harus tercantum dalam daftar rujukan. Sumber rujukan minimal 80% berupa pustaka terbitan 10 tahun terakhir. Rujukan yang digunakan adalah sumber-sumber primer berupa artikel-artikel penelitian dalam jurnal atau laporan penelitian (termasuk skripsi, tesis, disertasi). Artikel yang dimuat di Jurnal Ilmu Komunikasi disarankan untuk digunakan sebagai rujukan.
15. Perujukan dan pengutipan menggunakan teknik rujukan berkurung (nama akhir, tahun). Pencantuman sumber pada kutipan langsung hendaknya disertai keterangan tentang nomor halaman tempat asal kutipan. Contoh: Baran (2009: 45).
16. Daftar rujukan disusun dengan tata cara yang merujuk *APA Style* edisi ke 6 seperti contoh berikut ini dan diuraikan secara alfabetis dan kronologis.

Buku:

- Littlejohn, S. W. (1992). *Theories of human communication* (4th ed). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Rogers, E. M., & Rekha, A. R. (1976). *Communication in organizations*. New York, NY: The Free Press Cunningham, S., & Turner, G. (Eds.). (2002). *The media in Australia*. Sydney, Australia: Allen & Unwin

E-book:

- McRobbie, A. (1998). *British fashion design: Rag rade or image industry?* London: Routledge. Tersedia dari: <<http://leeds.etailer.dpsl.net/Home/htmlmoreinfo.asp?isbn=0203168011>>

Artikel dalam buku kumpulan artikel:

- Darmawan, Josep J. (2007). Mengkaji ulang keniscayaan terhadap berita (televisi). Dalam Papiion H. Manurung (ed), *Komunikasi dan kekuasaan* (h. 60-95). Yogyakarta: FSK.

Artikel Jurnal:

- Giroux, H. (2000). Public pedagogy as cultural politics: Stuart Hall and the “crisis” of culture. *Cultural Studies*, 14(2), 341-360.

Makalah Konferensi:

- Jongeling, S. B. (1988, September). *Student teachers' preference for cooperative small group teaching*. Paper presented at the 3rd Annual 13 Research Forum of the Western Australian Institute for Educational Research, Murdoch University, Murdoch, Western Australia.

Artikel dalam internet:

- Massy, W. F., & Robert, Z. (1996). *Using information technology to enhance academic productivity*. Diperoleh dari (www.educom.edu/program.nlii/keydoces/massy.htm)

Artikel Surat Kabar:

- Ispandriarno, L. (2008, Mei 12). Memantau bus hijau. *Koran Tempo*, hal. 4.

Tulisan/berita dalam surat kabar tanpa pengarang:

Memantau bus. (2008, Mei 12). *Koran Tempo*, hal. 4.

Dokumen resmi:

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (1978). *Pedoman Penulisan Laporan Penelitian*. Jakarta: Depdikbud. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. (1990). Jakarta: PT Armas Duta Jaya.

Skripsi, Tesis, Disertasi, Laporan Penelitian:

Perbawaningsih, Y. (1998). *Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku terhadap teknologi komputer: Analisis perbandingan budaya teknologi antara akademisi perguruan tinggi negeri dan swasta, kasus di UGM dan UAJY*. (Tesis tidak diterbitkan). Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia.

Website:

Arstechnica: The art of technology. (2008). Tersedia dari: <http://arstechnica.com/index.ars>

Blog:

Jaquenod, G. (2008, December 1). Birdie's etsy flights. [Web log post] <http://www.giselejaquenod.com.ar/blog/>

Film atau Video:

Deeley, M., & York, B. (Producers), & Scott, R. (Director). (1984). *Bladerunner* [Motion picture]. United States: Warner Brothers

17. Tata cara penyajian kutipan, rujukan, tabel, dan gambar dapat dicontoh langsung dari artikel yang telah dimuat Jurnal Ilmu Komunikasi ASPIKOM edisi terakhir. Artikel berbahasa Indonesia menggunakan *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan* dan istilah-istilah yang dibakukan oleh Pusat Bahasa.
18. Semua naskah ditelaah secara anonim oleh mitra bestari (*reviewers*) yang ditunjuk oleh penyunting menurut bidang kepakarannya. Penulis artikel diberi kesempatan untuk melakukan perbaikan (revisi) naskah atas dasar rekomendasi/saran dari mitra bestari atau penyunting. Kepastian pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara tertulis. Penulis yang artikelnya dimuat akan mendapat imbalan berupa nomor bukti pemuatan sebanyak dua eksemplar cetak lengkap, dan tiga eksemplar cetak lepas. Artikel yang tidak dimuat *tidak akan dikembalikan*, kecuali atas permintaan penulis.
19. Segala sesuatu yang menyangkut perizinan pengutipan atau penggunaan *software* komputer untuk pembuatan naskah atau ihwal lain yang terkait dengan HAKI yang dilakukan oleh penulis artikel, berikut konsekuensi hukum yang mungkin timbul karenanya, menjadi tanggung jawab penuh penulis artikel.
20. Naskah diserahkan dalam bentuk *print-out* sebanyak 3 eksemplar beserta *softcopy*nya paling lambat 2 bulan sebelum penerbitan kepada: Jurnal Ilmu Komunikasi ASPIKOM (d.a. Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281). Pengiriman naskah juga dapat dilakukan sebagai *attachment e-mail* ke alamat: jurnal.aspikom@gmail.com, <http://ejurnal.aspikom.org>

FORMULIR BERLANGGANAN

Mohon dicatat sebagai pelanggan Jurnal Ilmu Komunikasi :

Nama : _____

Alamat : _____

Kode Pos : _____

No. Kontak : _____

Harga Langganan mulai Juli 2013 (2 nomor) satu tahun : _____ , _____

Untuk Wilayah Jawa Rp 50.000,- + Ongkos Kirim

Untuk Luar Wilayah Jawa Rp 75.000,- + Ongkos Kirim

(_____)

Formulir boleh difotocopy

.....Kiriman ke alamat email : jurnal.aspikom@gmail.com, Nomor HP: 08156874669.....

BERITA PENGIRIMAN UANG LANGGANAN

Dengan ini saya kirimkan uang sebesar :

Rp 50.000,- untuk langganan 1 tahun (2 Nomor), mulai Volume ... Nomor... Tahun.....

Rp 50.000,- untuk langganan 1 tahun (2 Nomor), mulai Volume ... Nomor... Tahun.....

Uang Tersebut telah saya kirim melalui :

Bank BNI a.n. Puji Lestari, Nomor Rekening 0201517747

