JURNAL ASPIKOM

Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi

ISSN : 2087-0442 (Print)
ISSN : 2548-8309 (Online)

Volume 3, Nomor 4, Januari 2018

Terakreditasi
SK Nomor 36a/E/KPT/2016

Jurnalisme Sensitif Bencana dalam Manajemen Pencarian, Pengelolaan, Informasi dan Pemberitahuan Bencana di Ruang Redaksi
Fajar Junaedi dan Filosa Gita Sukmono

Konstruksi Berita Layanan Publik dalam Program "Sumut dalam Berita" TVRI Sumatera Utara
Feby Grace Adriany

Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial
Loina Lalolo Krina Perangin-angin dan Munawaroh Zainal

Strategi Sosialisasi Migrasi Sistem Penyiaran Analog ke Digital di Jawa Tengah
Made Dwi Adnjani dan Mubarok

Dinamika Konsentrasi Pasar Industri Pertelevisian Nasional
Bestian Nainggolan

Manajemen Krisis Pemerintah Kabupaten Kulon Progo
Siti Mawadati dan Choirul Fajri

Promotion Strategy by Palu City Government to Pulling Investors Interest in Palu Special Economic Zone
Muhammad Khairil

Kepercayaan Masyarakat terhadap Informasi Tradisional dan Modern Pada Peristiwa Bencana Alam
Damayanti Wardyaningrum

Komunikasi Ritual *Garebeg* di Keraton Yogyakarta
Yohanes Ari Kuncoroyakti

Model Literasi Media dengan Menggunakan Multimedia Interaktif Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Salatiga
Rini Darmastuti, Sri Winarso Martyas Edi, dan Erwien Christianto

Persuasi Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik melalui Narasi dan Persepsi Resiko
Gumgum Gumelar

Dramaturgi Penyandang Oligodaktili
Sulaeman

Family Communication on Single Mother Families
Lucy Pujasari Supratman

Bahasa Indonesia Learning Communication by Using Cooperative Model Approach
Syaiful Rohim

Model Konstruksi Makna Peran dan Posisi Perempuan Indonesia Pelaku Kawin Campur
Benazir Bona Pratamawaty, Deddy Mulyana, dan Dadang Sugiana

ASPIKOM
Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi

ISSN : 2087-0442
9 772087 044000

ASPIKOM
Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi

Jurnal ASPIKOM	Volume 3	Nomor 4	Halaman 169-376	Januari 2018

JURNAL ASPIKOM

Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi

Volume 3, Nomor 4, Januari 2018

ISSN : 2087-0442 (Print)
ISSN : 2548-8309 (Online)

DAFTAR ISI

Kepercayaan Masyarakat terhadap Informasi Tradisional dan Modern Pada Peristiwa Bencana Alam
Damayanti Wardyaningrum 609

Komunikasi Ritual *Garebeg* di Keraton Yogyakarta
Yohanes Ari Kuncoroyakti.....623

Model Literasi Media dengan Menggunakan Multimedia Interaktif Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Salatiga
Rini Darmastuti, Sri Winarso Martyas Edi, dan Erwien Christianto 635

Persuasi Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik melalui Narasi dan Persepsi Resiko
Gumgum Gumelar.....650

Dramaturgi Penyandang Oligodaktili
Sulaeman.....662

Family Communication on Single Mother Families
Lucy Pujasari Supratman.....675

Bahasa Indonesia Learning Communication by Using Cooperative Model Approach
Syaiful Rohim 685

Model Konstruksi Makna Peran dan Posisi Perempuan Indonesia Pelaku Kawin Campur
Benazir Bona Pratamawaty, Deddy Mulyana, dan Dadang Sugiana 700

Jurnalisme Sensitif Bencana dalam Manajemen Pencarian, Pengelolaan, Informasi dan Pemberitahuan Bencana di Ruang Redaksi
Fajar Junaedi dan Filosa Gita Sukmono 712

Konstruksi Berita Layanan Publik dalam Program "Sumut dalam Berita" TVRI Sumatera Utara
Feby Grace Adriany 722

Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial
Loina Lalolo Krina Perangin-angin dan Munawaroh Zainal.....737

Strategi Sosialisasi Migrasi Sistem Penyiaran Analog ke Digital di Jawa Tengah
Made Dwi Adnjani dan Mubarok 755

Dinamika Konsentrasi Pasar Industri Pertelevisian Nasional
Bestian Nainggolan 767

Manajemen Krisis Pemerintah Kabupaten Kulon Progo
Siti Mawadati dan Choirul Fajri 783

Promotion Strategy by Palu City Government to Pulling Investors Interest in Palu Special Economic Zone
Muhammad Khairil 798

KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP INFORMASI TRADISIONAL DAN MODERN PADA PERISTIWA BENCANA ALAM

Damayanti Wardyaningrum

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Al Azhar Indonesia
Jl. Sisingamangaraja Kebayoran Baru, Kompleks Masjid Agung Al Azhar Jakarta Selatan
Telp (021) 724 4456
Email : damayanti@uai.ac.id

Abstract

The purpose of the research is to identify the local people believe in current information or traditional information of the natural disaster of Merapi mountain in Central Java as one of the mostactive volcanoes in the world. Concept use is information and natural disaster. The research uses post-positivist paradigm with the survey, interview, and observation for data gathering regarding the big eruption in 2010. The results show more than half of local people believe in traditional information than modern information regarding the natural disaster. The differences of local people believe are base on the level of education, age and the role in public. Local citizen believes to traditional information mostly are old people their education background from the elementary level, and has no role in public.On the other hand for the local citizen that believe to modern information are young people, from middle-level education and some of them has a role in public.The perception of traditional information occurs since the old people have some experiences of last volcanic eruption, and more listen to the people they closed and less of literation regarding disaster mitigation. The differences of belief to both traditional and modern information are not statistically significant is an opportunity for integrating traditional and modern information for disaster risk reduction. This research contributes to give insight of the difference of traditional and modern information on disaster events.

Keywords: *traditional information, modern information, natural disaster*

Abstrak

Penilitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kepercayaan warga lokal terhadap informasi tradisional dan informasi modern tentang peristiwa bencana erupsi gunung Merapi di Jawa Tengah sebagai salah satu gunung berapi teraktif didunia. Konsep yang digunakan adalah teori informasi dan bencana alam dengan paradigma penelitian *postpositivist.* Pengumpulan data melalui survey didukung dengan wawancara serta pengamatan lapangan. Hasil penelitian menemukan lebih banyak warga lokal yang percaya pada informasi tradisional daripada informasi modern tentang bencana. Perbedaan kepercayaan terhadap informasi ditinjau dari tingkat usia, tingkat pendidikan dan perbedaan peran warga di masyarakat. Umumnya warga yang memercayai informasi tradisional berusia tua, berpendidikan sekolah dasar dan tidak memiliki peran di masyarakat. Sementara warga yang memercayai informasi modern berusia muda, berpendidikan menengah dan memiliki peran dimasyarakat. Kecenderungan kepercayaan terhadap informasi tradisional karena warga lokal lebih percaya informasi yang berasal dari orang-orang yang dekat dan masih kurangnya informasi tentang mitigasi bencana. Tidak ditemukan konflik terkait perbedaan kepercayaan warga namun perbedaan jumlah warga yang tidak signifikan merupakan peluang untuk mengintegrasikan informasi tradisional dan informasi modern untuk literasi tentang pengurangan risiko bencana. Kontribusi penelitian ini adalah menambah wawasan mengenai perbedaan informasi tradisional dan modern pada peristiwa bencana.

Kata kunci : Informasi tradisional, informasi modern, bencana alam.

Pendahuluan

Pendekatan antropologi menerangkan bahwa bencana dapat membangun pemaknaan sosial tentang suatu peristiwa untuk memberikan dasar membangun disposisi yang lebih kuat dan matang pada perjalanan siklus sosial selanjutnya. Abdullah dalam Effendi (2007: 77) membagi empat kategori pemaknaan sosial tentang bencana. Pertama, bencana bukan suatu peristiwa yang tiba-tiba dan tak terelakkan, tetapi menjadi bagian yang integral dari kehidupan rutin dan normal. Kedua, tidak semua fenomena alam dapat dan harus menjadi bencana, karena lahirnya suatu bencana tergantung pada status kerentanan individu, kelompok, lingkungan dan institusi. Ketiga, bencana sebagai ujian bagi keterbatasan dan daya tahan manusia. Keempat, bencana merupakan peluang bagi perbaikan dan penataan hidup secara mendasar.

Peningkatan jumlah penduduk yang dapat meningkatkan kerentanan saat terjadi peritiwa alam, maka diperlukan informasi yang memadai agar masyarakat dapat mengelola risiko yang mungkin timbul dari setiap peristiwa alam agar tidak menjadi bencana.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana tertera beberapa pasal terkait tentang pentingnya informasi. Pasal 21 tertulis bahwa Badan Penanggulangan Bencana Daerah mempunyai tugas menyusun, menetapkan, dan menginformasikan peta rawan bencana. Pasal lainnya disebutkan bahwa setiap orang berhak untuk mendapatkan informasi secara tertulis atau lisan tentang kebijakan penanggulangan bencana dan berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar kepada publik tentang penanggulangan bencana. Informasi menjadi hal yang mendasar bagi pelaksanaan pengurangan risiko bencana.

Pentingnya informasi juga ditekankan pada kajian komunikasi lingkungan untuk membuat strategi komunikasi yang efektif guna mengubah perilaku masyarakat korban bencana. Penggunaan pendekatan sains untuk kepentingan bencana alam di jaman informasi dan teknologi yang telah berkembang pesat menjadikan akses informasi sebagai media yang tepat digunakan meskipun seringkali terjadi konflik antara pelaksanaan kebijakan pemerintah yang menggunakan pendekatan sains dengan masyarakat lokal yang menggunakan pendekatan kultural. Dalam hal ini masyarakat sering dihadapkan dengan pilihan berbagai informasi terkait bencana karena ternyata terdapat juga korelasi positif antara besarnya penduduk yang masih memercayai mitos dengan jumlah frekuensi penyuluhan yang diberikan (Lestari, 2016: 4269; Kusumaningtyas, 2007: 14, Setyarto, 2012; Miswanta, 2009).

Terkait informasi tradisional tentang bencana maka uraian Effendi (2011: 84-85) dan Surono dalam Nugroho,dkk (2016: xv) dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa dalam pandangan masyarakat awam, peristiwa bencana alam mengilhami praktik-praktik diluar ilmu, yaitu secara akal sehat (*common sense*) dan spiritual. Sikap berempati dan memberi respek kepada keseluruhan konteks cara hidup masyarakat sangatlah diperlukan, termasuk bila pada masyarakat tersebut memiliki cara hidup yang dianggap menyalahi akal sehat atau tidak masuk akal

bagi orang luar, tidak perlu dilihat sebagai penghalang, melainkan bisa justru sangat berguna dalam bencana. Pendapat Abdullah tentang hal ini adalah karena masyarakat lokal yang menganggap bahwa setiap persitiwa bencana alam adalah kehendak Sang Pencipta dan karena mereka belum menggunakan tekonologi maka hal ini lebih mengarah kepada gambaran pendekatan behavioristik, yang hanya menitikberatkan bentuk respon individu terhadap bencanaalam (Effendi, 2007: 77).

Nugroho dkk (2016: 36-37) menemukan pandangan tentang komunikasi masyarakat dalam memaknai bencana gunung Kelud Jawa Timur yang telah memadukan pemahaman antara saintifik dengan pengetahuan lokal yang berakar pada pemahaman kejawaan yang berorientasi keharmonisan dan keselarasan.

Informasi yang digunakan masyarakat dalam peristiwa bencana seringkali berbeda meskipun berada pada wilayah yang sama, misalnya perbedaan respon masyarakat yang berbeda ras pada peristiwa badai Katrina di Amerika, sehingga perlu dilakukan pengolahan pesan yang lebih baik untuk mendukung masyarakat dalam situasi krisis. Perbedaan ini dikarenakan setiap individu lebih menaruh perhatian pada pesan-pesan yang lebih terpapar sebelumnya dan mengitegrasikan dengan pengetahuan yang dimiliki sehingga pengetahuan yang baru dapat mengubah sikapnya (Spance dkk, 2007; Coppola dan Maloney, 2009: 6).

Salah satu upaya pengurangan risiko bencana adalah dengan tindakan penyebarluasan informasi yang terus menerus guna mengurangi risiko bencana, sehingga fenomena alam disetiap wilayah yang memiliki potensi bencana harus difokuskan pada tindakan-tindakan tertentu agar bahaya peristiwa alam tidak berkembang menjadi sebuah bencana.

Penelitian ini dilakukan di dusun Kalitengahkidul Sleman Jawa Tengah yang termasuk terparah saat dilanda erupsi besar gunung Merapi tahun 2010. Warga harus waspada karena Merapi adalah gunung berapi teraktif di dunia yang bisa mengalami erupsi kapanpun. Wilayah ini terletak tiga kilometer dari puncak Merapi dan pada erupsi 2010 merupakan wilayah terparah dilanda bencana. Aset yang dimiliki warga seperti rumah dan ternak hampir tidak tersisa dan membutuhkan waktu bertahun-tahun lebih bagi warga untuk mengembalikan kondisinya. Pasca erupsi wilayah ini telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai zona merah yang tidak boleh ditempati, namun karena alasan mata pencarian dan sejarah maka warga kembali menempatinya.

Upaya yang memadai untuk mengurangi risiko bencana alam banjir di Jawa Timur dari kajian Ulum (2013: 11) menekankan tentang manajemen bencana tidak hanya menuntut partisipasi individu dalam komunitas yang rentan, tetapi juga keterlibatan instansi pemerintah terkait, lembaga swadaya masyarakat dan sektor swasta. Maka dalam hal kapasitas penyebarluasan informasi untuk pengurangan risiko bencana dari pihak-pihak tersebut amat penting perannya. Peneliti menganggap bahwa kajian mengenai informasi tentang bencana alam yang selama ini dibutuhkan masyarakat untuk pengurangan risiko bencana perlu dikaji lebih dalam.

Pengertian tentang informasi yang dikemukakan oleh Shanon (Ritchie, 1991: 6-8) memandang informasi dari terminologi mekanik.

Komunikasi antar manusia memiliki elemen-elemen seperti sinyal, transmisi, *encoding* dan *decoding*. Sementara Weaver mengembangkan konsep tersebut dengan menekankan bahwa perlu ditambahkan elemen mengenai arti dari informasi dan bagaimana informasi dapat berjalan dengan efektif. Sehingga komunikasi bukan hanya sekedar transmisi secara fisik.

Konsep lain tentang informasi menyebutkan bahwa informasi dapat dianggap sebagai sejumlah pilihan atau alternatif yang digunakan untuk memprediksi suatu hasil. Pada situasi yang kompleks dengan berbagai macam kemungkinan hasil, informasi lebih banyak tersedia dibandingkan dengan pada situasi yang sederhana dan dengan kemungkinan hasil yang lebih sedikit. Semakin banyak informasi yang dimiliki, maka kemungkinan alternatif yang diperoleh akan semakin banyak (LittleJohn & Foss,2008:42). Konsep transmisi informasi yang digunakan pada penelitian ini bukan memberikan fokus pada arti sebuah informasi namun terfokus pada bagaimana informasi dipindahkan dan diterima, dan selanjutnya informasi akan membantu dalam mengurangi ketidakpastian. Situasi yang kompleks juga dapat disamakan dengan situasi pada saat terjadi bencana alam. Pada kondisi tanggap darurat bencana bahkan pada fase pasca bencana dibutuhkan berbagai informasi untuk memenuhi kebutuhan korban bencana. Pihak yang memberikan bantuan juga memerlukan informasi untuk menyalurkan berbagai jenis bantuan baik fisik maupun psikologis.

Elemen fundamental dalam konsep komunikasi selain konsep jaringan adalah konvergensi yang merupakan unsur yang dapat menghasilkan informasi yang demikian pentingnya informasi karena terdapat perbedaan yang signifikan ketika harus menentukan pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Sehingga dalam penjelasan yang lebih luas dengan informasi maka dapat mengurangi ketidakpastian (Rogers dan Kincaid,1981: 48; Pearson & Nelson dalam Ritchie, 1991: 3).

Proses pengaliran informasi dalam konteks peristiwa bencana juga ditemukan dalam suatu kajian tentang modal sosial dalam jaringan komunikasi masyarakat di Merapi. Modal sosial berperan dalam memfasilitasi aliran informasi tentang kesiapsiagaan menghadapi bencana dari berbagai aliran resmi kepada warga lokal (Wardyaningrum, 2016: 53).

Salah satu bagian terpenting tentang konsep informasi adalah bagaimana informasi dapat menentukan perubahan dalam masyarakat. Penelitian Evert M Rogers dan Johanes van Es dalam Rogers (1995: 89) menemukan bahwa kegagalan atau suksesnya suatu program difusi tergantung dari peran *opinion leader* dan hubungan mereka dengan para agen perubahan dalam menyebarkan informasi baru. Orang-orang yang menjadi *opinion leader* pada umumnya memiliki karakter seperti memiliki pendidikan formal, tingkat kecerdasan yang lebih tinggi, lebih besar daya inovasinya, lebih tinggi status ekonominya dan lebih terekspos oleh media.

Akses seseorang terhadap informasi tersebut relevan dengan uraian Dahlan (1979: 2) mengenai pentingnya pemerataan informasi. Bahwa akses terhadap informasi cenderung hanya diperoleh pada kelompok masyarakat tertentu. Informasi dapat lebih mudah diperoleh pada golongan masyarakat

yang tingkat ekonominya lebih tinggi dan mampu menguasai informasi. Masyarakat yang miskin secara struktural juga akan mengalami kemiskinan informasi. Informasi yang diperoleh umumnya hanya yang bersifat umum, sudah terlambat, kurang bernilai atau tidak relevan lagi baginya. Berdasarkan hal tersebut maka faktor kemiskinan struktural menentukan peluang sebagian masyarakat dalam memperoleh akses informasi. Kesempatan untuk memperoleh peluang pekerjaan, pendidikan, usaha dan sebagainya tidak secara merata diperoleh masyarakat karena akses informasi yang tidak merata.

Hipotesa pertama yang terbangun berdasar uraian tersebut adalah bahwa pendidikan warga menentukan pilihan kepercayaannya terhadap informasi tradisional atau informasi modern tentang bencana.

Pada penelitian Evert M Rogers dan Johanes van Es ditemukan bahwa pada desa yang modern orang-orang yang menjadi *opinion leader* merupakan orang-orang muda yang inovatif, yang merefleksikan norma dan sistem yang ada. Wilayah yang menganut sistem tradisional para pemimpinnya berusia tua dan kurang inovatif. Hipotesa kedua yang terbangun adalah perbedaan usia warga akan menentukan pilihan kepercayaannya terhadap informasi tradisional atau informasi modern tentang bencana.

Konsep *opinion leader* ini juga sejalan dengan uraian Rubben dan Stewart yang membahas tentang sumber asal informasi. Orang tentu mempertimbangkan siapa yang menjadi rujukan untuk memperoleh informasi terlebih dalam situasi yang kompleks seperti pada saat terjadi bencana. Konsep informasi juga membahas sumber informasi dimana dalam konsep *source influences* dalam Rubben dan Stewart (2006: 112) menjelaskan mengapa kita lebih mendengarkan dan percaya pada seseorang atau sebagian orang dibandingkan pada seseorang atau sebagian orang lainnya, atau mengapa kita dapat dipengaruhi oleh orang tertentu dibandingkan yang lain. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi adalah kedekatan (*proximity*), kesamaan (*similiarity*), kepercayaan terhadap orang tersebut (*credibility*), adanya otoritas tertentu yang dimiliki oleh orang tersebut (*autoritativenes*), adanya motivasi tertentu terhadap seseorang (*motivation*), kekerapan hubungan aatau pertemuan (*intensity*), bagaimana pesan disampaikan oleh sumber pesan (*delivery*), pesan biasanya lebih diterima ketika disampaikan oleh orang-orang yang memiliki status, kekuasaan atau otoritas tertentu (*status, power and authority).*

Dikarenakan wilayah penelitian ini terdapat warga yang memiliki peran sebagai pemuka agama, kepala dusun dan sebagainya, maka peneliti mengasumsikan mereka juga dapat disebut mereka sebagai *opinion leader*. Hipotesa ketiga yang terbangun adalah bahwa peran warga di masyarakat menentukan kepercayaan mereka terhadap informasi tradisional atau informasi modern tentang bencana.

Penelitian ini bertujuan; 1) mengidentifikasi adanya hubungan antara perbedaan tingkat pendidikan warga dengan pilihan jenis informasi tradisional atau informasi modern tentang bencana alam. *2)* mengidentifikasi adanya hubungan antara perbedaan usia warga dengan pilihan jenis informasi

tradisional atau informasi modern tentang bencana alam. *3)* mengidentifikasi adanya hubungan antara perbedaan peran warga dengan pilihan jenis informasi tradisional atau informasi modern tentang bencana alam. Tinjauan dari tiga komponen yaitu tingkat pendidikan, usia, dan peran warga dalam menentukan pilihan informasi antara informasi tradisional dan informasi modern merupakan kebaruan penelitian tentang komunikasi bencana.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kepercayaan warga lokal terhadap informasi tradisional dan informasi modern tentang peristiwa bencana erupsi gunung Merapi di Jawa Tengah sebagai salah satu gunung berapi teraktif didunia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *post positivist*. Pengumpulan data dilakukan melalui survey pada populasi warga dusun untuk memperoleh data kuantitatif tentang demografi responden yang meliputi pendidikan, usia serta peran warga dimasyarakat. Warga dusun yang dipilih sebagai responden adalah mereka yang telah berusia 17 saat terjadi erupsi besar tahun 2010 karena hal tersebut merupakan peritiwa yang meninggalkan trauma maka warga mudah digali kembali ingatannya. Jenis pertanyaan survey tentang pilihan informasi tradisional adalah terkait kepercayaan, mitos, dan kisah-kisah yang terkait dengan bencana alam yang telah dipercaya secara turun temurun.

Informasi modern antara lain seputar tanda-tanda terjadinya erupsi berdasarkan pengetahuan modern diidentifikasi menggunakan alat pemantau seperti seismograph dan sebagainya. Informasi modern diperoleh dari instansi resmi seperti perangkat dusun dan pemerintah kabupaten serta relawan bencana. Hasil data survey selanjutnya didukung dengan wawancara dengan warga lokal, perangkat dusun serta relawan bencana. Peneliti juga melakukan pengamatan di lapangan untuk mengonfirmasi hasil survey dan wawancara.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian pendahulu tentang struktur jaringan komunikasi mitigasi bencana (Wardyaningrum, 2016) yang salah satu temuannya adalah adanya aktor-aktor yang menggunakan informasi yang berbeda pada setiap fase mitigasi bencana.

Hubungan antara perbedaan pada tingkat pendidikan warga (pendidikan dasar, pendidikan menengah maupun pendidikan tinggi) memiliki korelasi dengan jenis informasi tentang bencana yang dipilih. Jumlah warga yang percaya informasi tradisional lebih banyak dibandingkan dengan warga yang memilih informasi modern pada berbagai tingkat pendidikan. Artinya masih lebih banyak warga yang memercayai informasi bencana berdasarkan mitos, cerita, atau mimpi tentang terjadinya erupsi Merapi yang dimaknai sebagai bencana alam.

Warga yang memercayai informasi tradisional sebagian besar tingkat pendidikannya berada pada tingkat Sekolah Dasar. Kondisi ini dapat dipahami bahwa dengan tingkat pendidikan warga yang berada tingkat pada Sekolah Dasar maka akses terhadap informasi modern masih sangat kurang. Sikap warga yang umumnya belum menganggap penting pendidikan serta

Tabel 1. Perhitungan data pendidikan penduduk

informasi * Pendidikan Crosstabulation

			Pendidikan			Total
			Dasar	Menengah	Tinggi	
informasi	Tradisional	Count	85	12	10	107
		% within informasi	79.4%	11.2%	9.3%	100.0%
	Modern	Count	51	9	9	69
		% within information	73.9%	13.0%	13.0%	100.0%
Total		Count	136	21	19	176
		% of information	77.3%	11.9%	10.8%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.815[a]	2	.665
Likelihood Ratio	.804	2	.669
Linear-by-Linear Association	.809	1	.368
N of Valid Cases	176		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.45.

Sumber : Data Peneliti 2017

dengan mata pencarian warga yang bertani dan berternak maka cukup untuk memperoleh penghasilan dengan menggunakan ketrampilan yang merupakan bagian dari kearifan lokal yang diperoleh secara turun temurun. Selain itu warga umumnya hanya berinteraksi dengan orang-orang disekitarnya yang masih banyak memercayai informasi tradisional juga. Edukasi tentang mitigasi bencana dari pihak luar seperti pemerintah daerah sebagaimana pendapat Ulum tentang pentingnya keterlibatan berbagai pihak tentang pemahaman bencana secara modern belum secara rutin disampaikan kepada warga lokal.

Relevan dengan temuan Rogers dkk serta Dahlan bahwa akses informasi hanya diperoleh pada kelompok masyarakat tertentu yang antara lain karena tingkat ekonomi dan pendidikan lebih tinggi sehingga mampu menguasai informasi. Informasi yang diperoleh masyarakat miskin umumnya hanya informasi yang bersifat umum, sudah terlambat, kurang bernilai atau tidak relevan lagi baginya atau akses informasi tidak merata. Kehadiran *opinion leader* yang dapat memberikan informasi baru juga nampak kurang di wilayah ini karena masyarakat umumnya hanya mendapatkan informasi tentang bencana tidak secara rutin dan terprogram. Padahal wilayah ini cukup dekat dengan ibukota propinsi dan daerah Istimewa Yogyakarta dimana banyak kalangan masyarakat dari pendidikan tinggi maupun pemerintah. Kedua unsur tersebut seperti yang dikemukakan oleh Rubben dan Stewart dapat menjadi *opinion leader* yang dapat dan mempengaruhi masyarakat karena faktor-faktor adanya unsur kepercayaan (*credibility*) dan adanya otoritas tertentu yang dimiliki (*autoritativenes*). Informasi yang diperoleh tentunya dapat menjadi

pilihan informasi bagi masyarakat untuk mengambil keputusan.

Hasil perhitungan korelasi dengan nilai 0.815 menunjukkan adanya pengaruh antara perbedaan tingkat pendidikan dengan pilihan jenis informasi, namun dengan angka hasil signifikansi 0.665 maka pengaruh tersebut tidak signifikan. Dapat diartikan bahwa perbedaan tingkat pendidikan warga tidak memengaruhi secara signifikan terhadap pilihan kepercayaan warga terhadap informasi tradisional atau informasi modern tentang bencana erupsi.

Korelasi antara perbedaan usia warga dengan kepercayaan terhadap informasi tradisional dan informasi modern tentang bencana

Pada masing-masing kelompok usia (muda, dewasa dan tua) ditemukan jumlah warga yang memilih informasi tradisional lebih banyak dibandingkan warga yang memilih informasi modern. 42.1% (107 orang) memilih informasi tradisional dan 36.2% (69 orang) memilih informasi modern.Warga lokal yang memercayai informasi tradisional lebih banyak warga yang berusia tua, sementara warga yang memercayai informasi modern adalah warga yang berusia muda. Hal ini dapat dinalisa bahwa pada warga yang berusia muda nampak sudah lebih terbuka terhadap pihak luar seperti interaksi dengan para relawan dan umumnya sudah menggunakan teknologi komunikasi. Perilaku ini memberikan peluang bagi warga usia muda untuk memperoleh informasi modern meskipun lingkungannya masih dilingkupi budaya lokal yang memercayai informasi tradisional dan disampaikan turun-temurun.

Kepercayaan warga terhadap informasi tradisional umumnya masih dipercaya oleh warga berusia tua tidak menimbulkan konflik dengan warga usia muda yang lebih memercayai informasi modern. Hal ini Salah satu bentuk kepercayaan warga di dusun Kalitengahkidul adalah dengan melanggengkan tradisi upacara ritual labuhan Merapi rutin setiap tahun yang diikuti oleh kaum pria dari orang tua hingga pemuda bahkan anak-anak. Bagi orang-orang muda meskipun sebagian besar telah banyak menerima informasi modern tentang bencana namun mereka masih menghormati kepercayaan tradisional yang dipercaya warga usia tua.

Temuan bahwa warga yang berusia tua lebih percaya pada informasi tradisional relevan dengan kajian Rogers dan Dahlan yang menemukan bahwa pada desa yang modern orang-orang yang menjadi *opinion leader* merupakan orang-orang muda yang inovatif, yang merefleksikan norma dan sistem yang ada. Sementara pada wilayah yang menganut sistem yang tradisional para pemimpinnya berusia tua dan kurang inovatif. Perbedaan pilihan informasi warga di wilayah ini tidak menimbulkan konflik seperti yang ditemukan pada beberapa kajian Setyarto tentang respon masyarakat saat bencana diwilayah lain. Adanya perbedaan respon tentang bencana ini dapat dipahami dari konsep yang dikemukakan Coppola dan Maloney bahwa adanya perbedaan kelompok masyarakat yang merespon bencana timbul berdasarkan informasi yang diperoleh atau dipercayainya adalah karena setiap individu cenderung lebih menaruh perhatian pada pesan-pesan yang mereka sudah terpapar sebelumnya dan menggunakan pengalaman masa lalunya untuk mengevaluasi informasi yang diperoleh.

Tabel 2. Data usia warga

informasi * Usia Crosstabulation

			Usia			Total
			muda	dewasa	tua	
informasi	Tradisional	Count	38	24	45	107
		% of information	35.5%	22.4%	42.1%	100.0%
	Modern	Count	27	17	25	69
		% within information	39.1%	24.6%	36.2%	100.0%
Total		Count	65	41	70	176
		% within information	36.9%	23.3%	39.8%	100.0%

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.594[a]	2	.743
Likelihood Ratio	.597	2	.742
Linear-by-Linear Association	.485	1	.486
N of Valid Cases	176		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16.07.

Nilai 0.594 menjelaskan hubungan antara perbedaan usia warga dengan pilihan jenis informasi namun dari perhitungan signifikansi sebesar 0.743 maka hubungan tersebut tidak cukup signifikan, atau dengan kata lain perbedaan usia warga tidak menentukan perbedaan pilihan warga terhadap informasi tradisional atau informasi modern tentang bencana. Perbedaan yang tidak signifikan ini disatu sisi sebagai bisa menjadi peluang untuk mensinergikan antara informasi tradisional dan modern tentang bencana kepada masyarakat.

Korelasi antara perbedaan peran warga di masyarakat dengan pilihan jenis informasi tradisional dan informasi modern tentang bencana

Pada variabel peran warga dimasyarakat diperoleh perhitungan pada masing-masing jenis peran warga (sebagai anggota PKK, relawan, ustad, ketua RT dan RW, dan warga yang tidak memiliki peran) lebih banyak warga yang memilih informasi tradisional (107 orang) dibandingkan yang memilih informasi modern (69 orang). Warga yang memilih informasi tradisional sebagian besar tidak memiliki peran di masyarakat. Kecenderungan pilihan pada informasi tradisional ini dapat dipahami karena kelompok warga ini kurang berinteraksi dengan pihak lain terutama orang-orang dari luar dusun seperti pemerintah daerah atau relawan bencana yang menggunakan informasi modern. Pada kelompok warga yang percaya terhadap informasi modern meskipun jumlahnya lebih banyak pada warga yang tidak memiliki perankemungkinan adalah warga usia muda yang sudah lebih terbuka dan berinteraksi dengan orang-orang dari wilayah lain serta menggunakan teknologi komunikasi. Disisi lain banyak ditemukan kelompok warga yang merupakan anggota PKK karena dari organisasi PKK terdapat peluang masuknya informasi modern seperti tentang ketrampilan, kesehatan dan mitigasi bencana bagi anggota keluarga.

Gambaran warga tersebut juga dapat diperoleh dari penjelasan Oktarina dkk dalam

kajiannya tentang informasi kesehatan bagi warga di daerah rawan bencana gunung berapi yang telah mengalami perubahan tentang informasi terkait peristiwa bencana. Hasil temuannya menunjukkan bahwa kesadaran warga tentang kesehatan umumnya masih rendah dan program tentang kesehatan yang ada selama ini dilakukan dengan pendekatan yang bersifat tradisional. Disisi lain, terdapat warga yang menginginkan informasi tentang cara menghadapi bencana disampaikan dengan menggunakan media audio visual. Informasi yang dibutuhkan warga adalah hal-hal yang terkait dengan dampak letusan terhadap kesehatan warga dalam jangka panjang. Dengan peran-peran yang dimiliki warga ditengah masyarakat membuat warga lebih terbuka relasi komunikasinya dengan pihak lain sehingga dapat meningkatkan pengetahuan, wawasan dan menerima berbagai alternatif informasi.

Melalui peran warga dimasyarakat maka dapat digunakan pendekatan kognitif untuk mengubah sikap warga terhadap informasi, karena menurut Leandre dkk dalam LittleJohn & Foss diuraikan bahwa pendekatan kognitif menggambarkan sebuah sistem tentang adanya interaksi diantara informasi yang diperoleh. Hal tersebut kemudian dapat mendorong dan memberikan pengaruh terhadap kepercayaan seseorang atau perilakunya. Sikap seseorang akan terbentuk karena akumulasi informasi yang diperoleh tentang suatu objek, orang, situasi dan pengalaman. Pengalaman seseorang dalam menjalankan perannya dalam masyarakat lebih memberikan peluang adanya akumulasi berbagai informasi dari interaksinya dengan banyak pihak serta dari situasi dan pengalaman yang diperoleh.

Tabel 3. Peran masyarakat pada lingkungan

informasi * Peran di Masyarakat Crosstabulation

			Peran di Masyarakat					Total
			tidak ada	Anggota PKK	Relawan	Ustad	Rt/RW	
Informasi	Tradisional	Count	57	26	14	5	5	107
		% within informasi	53.3%	24.3%	13.1%	4.7%	4.7%	100.0%
	modern	Count	34	27	5	0	3	69
		% within information	49.3%	39.1%	7.2%	0.0%	4.3%	100.0%
Total		Count	91	53	19	5	8	176
		% within information	51.7%	30.1%	10.8%	2.8%	4.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.752[a]	4	.101
Likelihood Ratio	9.502	4	.050
Linear-by-Linear Association	.774	1	.379
N of Valid Cases	176		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.96.

Sumber: Data Peneliti 2017

Perhitungan nilai korelasi menghasilkan angka 7.752 sehingga terdapat korelasi yang sangat kuat, namun dengan hasil *asymp. sig* sebesar 0.101 yang nilainya lebih besar dari 0.05 maka nilai korelasinyatidak cukup signifikan. Dapat disimpulkan bahwa perbedaan peran warga di masyarakat tidak menentukan perbedaan kepercayaan mereka terhadap jenis informasi tradisional maupun informasi modern tentang bencana.

Warga dusun masih lebih banyak mengandalkan informasi tradisional tentang risiko bencana erupsi karena adanya kedekatan dengan anggota keluarga seperti para sesepuhatau orang-orang tua yang dianggap memiliki pengalaman panjang tentang erupsi. Informasi tradisional yang dipercaya warga mencakup mitos, kisah-kisah tokoh sejarah atau tokoh dalam pewayangan Jawa dan mimpi yang dialami menjelang terjadinya bencana. Informasi tradisionl ini disampaikan oleh warga secara turun termurun. Kisah tentang tokoh-tokoh pewayangan dianggap sebagai makhluk penghuni gunung yang pada waktu waktu tertentu perlu dilakukan aktivitas ritual, dan tokoh pewayangan dianggap mewakili dewa yang memberikanpertanda akan terjadinya musibah.

Warga lebih menaruh kepercayaan sumber informasi tradisional yang diperoleh dari orang-orang disekitar mereka yang dianggap memiliki kedekatan (*proximity*) dan memiliki kesamaan pengalaman (*similiarity*) serta kekerapan pertemuan (*intensity*) yang dialami setiap hari.Unsur kedekatan (*proximity*) adalah karena warga umumnya tinggal berdekatan dan memiliki hubungan keluarga dengan warga lainnya yang diantaranya terdiri dari orang-orag tua yang menjadi saksi hidup dalam peristiwa erupsi erupsi sebelumnya. Unsur kesamaan pengalaman (*similiarity*) adalah ketika orang-orang yang tinggal diwilayah yang sama mengalami pengalaman yang sama dalam menghadapi ancaman bencana erupsi. Kekerapan pertemuan (*intensity*) yang dialami setiap hari juga terjadi pada warga dusun yang bukan saja tinggal berdekatan dalam satu wilayah, namun memiliki jenis pekerjaan yang sama yaitu bertani, beternak dan menggali pasir sehingga memiliki intensitas pertemuan yang tinggi.

Adapun informasi tradisional biasanya disampaikan oleh sumber pesan (*delivery*) secara turun temurun melalui dongeng tentang mitos, hal-hal yang bersifat tersirat seperti mimpi dan peristiwa tertentu yang dianggap sebagai pertanda akan terjadi bencana atau tidak terjadi bencana.

Jenis informasi tradisional yang dipercaya oleh warga antara lain adalah seperti mitos berupa kisah-kisah yang disampaikan oleh nenek moyang mereka bahwa erupsi tidak akan mengarah ke dusun mereka karena warga melihat awan berbentuk tokoh pewayangan petruk yang kepalanya mengarah ke wilayah lain. Warga masih percaya bahwa erupsi Merapi hanya sementara karena berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepercayaan dari para orang-orang tua bahwa merapi sangat baik dan hanya “batuk-batuk” sehingga tidak akan menimbulkan bencana besar.

Di sisi lain pesan atau informasi modern tentang mitigasi bencana sudah

banyak disampaikan oleh orang-orang yang memiliki status, kekuasaan atau otoritas tertentu (*status, power and authority*) dalam hal ini adalah kepala dusun, lurah, pemerintah kabupaten bahkan perintah untuk mengungsi sebelum erupsi puncak juga disampaikan dari sultan sebagai gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Informasi modern adalah informasi yang didasarkan ilmu pengetahuan, disampaikan dari pihak yang berwenang seperti pemerintah kabupaten dan pemerintah daerah setempat, relawan bencana dan melalui media massa.

Lurah bahkan sebagai salah satu warga dusun yang tergolong berusia muda (awal 40 tahun) juga mengakui lebih mempercayai informasi modern yang disampaikan oleh pemerintah kabupaten namun demi menghormati orang-orang generasi tua maka ia turut mempercayai informasi tradisional. Informasi yang disampaikan oleh pemerintah kabupaten dengan menggunakan metode saintifik seperti pengamatan aktivitas gunung yang bukan hanya mengandalkan visual (melihat kepulan asap, arah abu vulkanik dan sebagainya), namun menggunakan alat-alat yang dapat menunjukkan perhitungan aktifitas vulkanik secara lebih akurat. Getaran, suara, dan arah semburan awan dapat dipantau dan diperkirakan intensitasnya dengan menggunakan alat. Hasil pengamatan dan perhitungan saintifik ini dijadikan acuan untuk menjauh dari puncak gunung, atau melakukan evakuasi. Keputusan ini diambil berdasarkan komando dari kepala dusun dan bukan merupakan keputusan yang mudah karena menimbulkan akan menimbulkan berbagai konsekuensi.

Warga berusia muda yang sebagian diantaranya mempercayai informasi modern cenderung tidak mempertentangkan perbedaan kepercayaannya dengan warga generasi tua yang lebih mempercayai informasi tradisional. Temuan ini juga sejalan dengan konsep yang mengemukakan bahwa setiap individu cenderung lebih menaruh perhatian pada pesan-pesan yang mereka sudah sering diterima sebelumnya. Akumulasi informasi tradisional yang diperoleh dari anggota keluarga terdekat tentang erupsi kecil Merapi selama bertahun tahun, tentang pengalaman orang-orang dan situasi yang pernah dialami juga berkontribusi terhadap terbentuknya sikap warga.

Penyebaran informasi yang optimal diperlukan peran *opinion leader* yang lebih banyak dan lebih mampu menularkan informasi kepada masyarakat. *Opinion leader* dalam penularan informasi merupakan salah satu elemen dalam proses integrasi informasi seperti tentang kredibiltas seseorang, maupun posisi *opinion leader* sebagai pihak yang informasinya dapat menambah keyakinan penerima informasi mengenai sesuatu hal yang telah diketahui sebelumnya.

Peluang untuk mengurangi ketidakpastian pada situasi bencana dapat dilakukan dengan ketersediaan informasi yang memadai terutama dalam peritiwa bencana ketika banyak sumberdaya yang dibutuhkan dalam waktu yang bersamaan dan dalam periode yang tidak pasti.

Simpulan

Jumlah warga yang percaya terhadap informasi tradisional lebih banyak dibandingkan dengan warga yang mempercayai informasi modern tentang bencana erupsi Merapi. Kepercayaan terhadap informasi tradisional seperti mitos dan mimpi umumnya masih dianut oleh warga yang berusia tua sementara warga usia muda sebagian masih mempercayai informasi tradisional karena merasa perlu menghormati warga yang lebih tua sehinggadiantara warga tidak ditemukan konflik dengan perbedaan pilihan informasi ini. Kepercayaan warga terhadap informasi tradisional sempat menghalangi proses evakuasi oleh pemerintah pada erupsi 2010 yang seharusnya dapat dilakukan lebih awal saat terjadi erupsi. Kelambatan dalam proses evakuasi menyebabkan kerugian harta benda berupa aset andalan warga dusun seperti ternak.

Perbedaan tingkat pendidikan, perbedaan usia dan perbedaan peran warga di masyarakat ternyata tidak secara signifikan membedakan pilihan kepercayaan warga terhadap informasi tradisional dan informasi modern tentang bencana. Kondisi yang demikian tercipta selain karena warga lebih percaya pada orang-orang yang dekat dengan lingkungannya, pengaruh budaya yang dianut, juga akses terhadap informasi tentang mitigasi bencana yang tidak merata dan literasi tentang bencana yang belum dilakukan secara berkesinambungan.

Perbedaan kepercayaan warga terhadap informasi tradisional dan informasi modern yang tidak signifikan merupakan peluanguntuk mengintegrasikan kedua jenis informasi tersebut untuk pengurangan risiko bencana. Perlu dibangun pemahaman bagi masyarakat lokal bahwa dengan menggunakan informasi modern hal ini juga merupakan cara kita hidup bersama dan menghormati alam, serta memaknainya sehingga masyarakat mampu menghadirkan solusipada saat alam membutuhkan ruang dan waktu untuk aktivitasnya.

Daftar Pustaka

Coppola, Damon P dan Maloney, Erin K &. (2009). *Communicating Emergency Preparedness: Strategic for Creating a Disaster Resilient*. USA: Auerbach Publicationa Taylor & Francis Group.

Dahlan, M Alwi. (1979). *Jaringan Komunikasi Sosial sebagai saluran Pemerataan Informasi.* Disampaikan dalam Kongres ke 3 Seminar Ilmiah Nasional Himpunan Indonesia untuk Pengembangan Ilmu-ilmu Sosial 13-17 november di Malang.

Effendi, Nusyirwan. (2007). *Bencana : Pengalaman dan Nilai Budaya Orang Minangkabau, Masyarakat Indonesia*. Majalah Ilmu –Ilmu Sosial Indonesia, Jilid 33, Vol 2, ISSN 0125-9989. Jakarta: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.

Littlejohn, Stephen W.& Foss, Karen A,9th. (2008). *Theories of Human Communication*. United States of America: Belmot, CA Wadsworth Publishing,

Lestari, Puji; et. all. Environmental Communication Model for Disaster Mitigation of Mount Sinabung Eruption, Karo Regency of North Sumatera, *Journal Information, Volume 19, Number 9 (B)pp 4265-4270, ISSN 1343-4500, eISSN 1344-8994, C2016.* Tokyo: International Information Institute.

Kusumaningtyas, Purwanti. (2007). Intepretasi Ulang Makna Spiritualitas Bencana Dalam Cerita Rakyat Indonesia. *Kajian Politik Lokal, Sosial dan Humaniora. Renai. Tahun VII, No 1 Tahun 2007.*

Miswanta. (2009). *Problematika Penentuan Waktu Pengungsian*. BPPTK, Pusat Vulkanologi dan Mitigasi Bencana Geologi, Badan Geologi .

Oktarina M, Kartika V, Megatsari H. (2011). *Pengembangan Media Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) Kesehatan bagi Masyarakat di Daerah Bencana Gunung Berapi.* Surabaya: Kementerian Kesehatan RI.

Rogers, Evert M &Kincaid, D Lawrence. (1981). *Communication Networks*. New York: Free Press

Rogers, Evert M. (1995). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.

Ritchie, L. David, (1991). *Communication Concept 2: Information*. New Delhi: Sage Publication.

Ruben, Brent. D., Lea P. Stewart. (2006). *Communication And Human Behaviour*. 5th Edition.United States: Pearson Education.

Nugroho, Sutopo Purwo, Diartoko, Paulus, Sulstyo Robert, Men Yon, Kwan, Aprilidia. (2016). *Kelud Tanpa Kemelut, Rekam Jejak Inisiatif dan Kiprah Warga Dalam Tanggap darurat Erupsi Gunung Kelud.* Jakarta: Badan Nasional Penanggulangan Bencana.

Spence, Patric R, Lachlan Kenneth A. Lachlan and Griffin Donyale R. Crisis Communication, Race, and Natural Disasters. *Journal of Black Studies, Vol. 37, No 4, Katrina: Race, Class, and Poverty (Mar. 2007), pp. 539-554.* Published by Sage Publications, Inc.

Setyarto, Dwiatmoho Budi. (2012). *Konflik Kebijakan dan Pengetahuan Lokal dalam Pengurangan Risiko Bencana Erupsi Gunung Merapi 2010 di Kinahrejo, Desa Umbulharjo, Kabupaten Sleman DIY*. Pasca Sarjana Kebijakan Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada Yogyakarta.

Ulum, Mochamad Chaezienul. (2013). Governance Dan Capacity Building Dalam Manajemen Bencana Banjir di Indonesia. *Jurnal Penanggulangan Bencana Vol 4 no 2 Tahun 2014. Hal 5-12. ISSN 2087636X.* Badan Nasional Penanggulangan Bencana.

Wardyaningrum. (2016). Modal Sosial Inklusif dalam Bencana Jaringan Komunikasi. *Jurnal Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), Volume 3, Nomor 1 Juli 2016 (hal 33-55).*

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana.

KOMUNIKASI RITUAL *GAREBEG* DI KERATON YOGYAKARTA

Yohanes Ari Kuncoroyakti
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma
Jalan Margonda Raya no. 100 Depok
Telp. (021) 78881112
Email : yohanes_ari@mail.staff.gunadarma.ac.id

Abstract

This research reviewed ritual communication in Garebeg ceremony in Yogyakarta Palace. The Garebeg ceremonies were being held in Muslim celebrations such as of Eid al- Fitr (Garebeg Shawwal), Eid al- Adha (Garebeg large), Maulud Prophet (Garebeg Mulud). Garebeg ceremonies identically with Paredes (Gunungan), which means Yogyakarta Palace keeps the tradition and the ancestors cultural by providing Paredes to communities. This Research uses Constructivist Paradigm and Ethnographic Communication method, especially method of Speaking by Dell Hymes. The purpose of this study to determine the value of norms, attitudes and belief system of the people in the Yogyakarta Palace on Garebeg ceremony. The ritual of Javanese culture, as well as the nature and meaning of communication rituals in ceremonies Garebeg, also know the variety of communication in Garebeg ceremony. The results are seven communication phenomenon such as Tumplak Wajik, Yasa Paredes, Gladen, Garebeg Paredes, Ngabekten, Sekaten and Garebeg Mulud Dal. This research's contributions are three communication pattern which is hijab Salem, tanda yekti and syiar Islam. This research contributes to give insight about communication patterns and ritual processions in Garebeg ceremony.

Keyword: *Ritual communication, Ethnography Communication, Garebeg, Yogyakarta*

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang komunikasi ritual dalam upacara *Garebeg* di Keraton Yogyakarta. *Garebeg* dilakukan pada perayaan hari besar umat Islam yakni Idul Fitri (*Garebeg* Syawal), Idul Adha (*Garebeg* Besar), Maulid Nabi (*Garebeg* Mulud). Upacara *Garebeg* selalu identik dengan *Pareden* (Gunungan), artinya bahwa Keraton Yogyakarta menjaga tradisi dan budaya nenek moyang. Pelestarian tradisi ini dilakukan dengan memberikan *Pareden* kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk; 1) mengetahui sistem nilai norma, sikap dan kepercayaan masyarakat di Keraton Yogyakarta dalam upacara *Garebeg*, 2) mengetahui sifat dan makna ritual budaya Jawa, 3) mengetahui acara dan pola komunikasi upacara *Garebeg*. Penelitian ini menggunakkan paradigma konstruktivistik dan metode etnografi komunikasi dengan metode *speaking* yang dikemukakan oleh Dell Hymes sebagai acuan dasarnya. Hasil penelitian ini berupa tujuh peristiwa komunikasi dalam upacara *Garebeg*, yaitu *Tumplak Wajik, Yasa Pareden, Gladen*, *Garebeg Pareden, Ngabekten, Sekaten* dan *Garebeg* Mulud Dal. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa konsep baru mengenai pola komunikasi dalam upacara *Garebeg*. Pola komunikasi dalam upacara *Garebeg* terdiri dari tiga pola yakni pola komunikasi *hajad dalem*, pola komunikasi *tanda yekti* dan pola komunikasi syiar Islam. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa wawasan mengenai pola komunikasi dan prosesi ritual dalam upacara *Garebeg*.

Kata kunci : Komunikasi Ritual, Etnografi Komunikasi, *Garebeg*, Yogyakarta

Pendahuluan

Keragaman budaya dan suku bangsa di Indonesia menjadi salah satu keunggulan bangsa, termasuk perkembangan faktor pariwisata dan seni. Kebudayaan menjadi sebuah keseluruhan dari hasil kreatifitas manusia yang sangat beragam. Keragaman ini disebabkan oleh banyaknya struktur yang saling berhubungan dan memiliki fungsi sebagai pedoman kehidupan masyarakat.

Komunikasi ritual dan kebudayaan menjadi satu bagian yang tidak terpisahkan karena terdapat ritual peran budaya yang sangat penting di dalamnya. Peran dari komunikasi

ritual merupakan bagian dari masyarakat yang digunakan sebagai pemenuhan jati diri manusia sebagai individu. Seorang individu yang melakukan komunikasi ritual tentunya akan memperlihatkan sebuah tanggung jawab terhadap keluarga, masyarakat, suku, ideologi bahkan agama yang dianutnya. Komunikasi ritual itu melibatkan sebuah usaha untuk memahami pengetahuan dengan keragaman lokal atas tindakan yang memberikan fokusnya pada sebuah interaksi yang terpusat (Gudyskunt,1983: 1).

Komunikasi ritual seringkali tunduk pada aturan baku yang ditetapkan bersama dalam masyarakat dalam bentuk bahasa, estetika dan hubungan antara penguasa dengan peserta. Penetapan aturan ini beberapa sudah dilakukan dalam kurun waktu cukup lama, bentuk aturan baku ini seperti bahasa yang dipakai dalam komunikasi ritual. Penggunaan bahasa dalam komunikasi ritual memiliki perbedaan dengan bahasa sehari - hari (Serena, 2007: 110).

Komunikasi ritual bersifat unik dan seringkali sulit difahami oleh individu diluar komunitas. Seperti di Yogyakarta, ritualnya hanya difahami oleh masyarakat dalam keraton. Masyarakat dapat memahami ritual secara berkelanjutan baik melalui pembinaan maupun diskusi, hal inilah yang menyebabkan pemahaman mengenai ritual *Garebeg* berbeda dengan masyarakat luar keraton.

Garebeg merupakan upacara adat Keraton Yogyakarta yang diselenggarakan tiga kali dalam setahun untuk memperingari hari besar Islam yakni Syawal (Idul Fitri), Besar (Idul Adha), dan Maulud (Fredy, 2009: 29). Upacara *Garebeg* merupakan sebuah ritual budaya Jawa yang berkaitan dengan peringatan hari besar Islam.

Sultan Hamengkubuwono I telah menggunakan agama Islam dalam sendi kehidupan di Keraton Yogyakarta, Kondisi inilah yang menyebabkan upacara *Garebeg* sangat kental dengan agama Islam. Keraton Yogyakarta memiliki berbagai warisan budaya baik yang berbentuk upacara maupun benda-benda kuno dan bersejarah. Keraton juga merupakan suatu lembaga adat lengkap dengan pemangku adatnya. Oleh karenanya tidaklah mengherankan jika nilai-nilai filosofi begitu pula mitologi menyelubungi Keraton Yogyakarta.

Upacara *Garebeg* merupakan sebuah kegiatan sosial yang melibatkan warga masyarakat Yogyakarta dalam usaha untuk mencapai tujuan keselamatan bersama. Peneliti melihat bahwa upacara ini merupakan bagian internal dari kebudayaan masyarakat Yogya pada umumnya dan Keraton pada khususnya.

Kelestarian hidup upacara tradisional ini dimungkinkan oleh fungsi yang ada dalam kehidupan masyarakat Yogyakarta. Upacara *Garebeg* ini dianggap sebagai bentuk pranata sosial yang tidak tertulis namun wajib dikenal dan diketahui oleh setiap warga masyarakat Yogyakarta. Pranata sosial ini dibuat untuk mengatur tingkah laku masyarakat agar tidak melanggar dan menyimpang dari adat dan kebiasaan yang berlaku.

Budaya dalam sebuah masyarakat akan membentuk sebuah masyarakat tutur, hal ini ditemukan dalam penelitian etnografi komunikasi. Saville (2003: 2) menerangkan bahwa fokus dari etnografi komunikasi

adalah masyarakat tutur, dimana cara berkomunikasinya diatur dalam sebuah pola dan teknik berinteraksi antaranggota dalam sistem budaya yang sama. Pandangan mengenai etnografi komunikasi menitikberatkan pada beragam peristiwa komunikasi yang terjadi dalam masyarakat karena seringkali bahasa tutur (*speech acts*) menjadi sebuah ciri khas. Bahasa tutur kadangkala memiliki makna tersendiri yang difahami oleh anggota dalam masyarakat, sehingga bahasa tutur merupakan produk khas dari masyarakat tutur. Masyarakat tutur yang menjadi fokus pada etnografi komunikasi ini, cara berkomunikasinya memiliki pola dan terorganisir dalam unit tertenttu. Kondisi inilah yang kemudian menjadi sebuah titik penting dalam etnografi komunikasi. Masyarakat tutur bukan hanya terlibat secara aktif melainkan juga diatur dalam sebuah tingkat partisipasi (Alan, 2005: 15).

Masyarakat yang menjadi subyek penelitian ini adalah masyarakat Keraton Yogyakarta yang terlibat dalam upacara *Garebeg.* Obyek penelitian ini adalah Upacara *Garebeg* di Keraton Yogyakarta terlebih aspek bahasa tutur dalam upacara tersebut.

Pandangan hidup masyarakat dalam Keraton Yogyakarta terhadap Keraton akan sangat berkaitan dengan orientasi budaya yang dianut. Orientasi budaya tersebut didasarkan pada sistem kepercayaan mereka terhadap Tuhan, kekuatan supranatural, kemanusiaan, dan alam semesta.

Keraton Yogyakarta merupakan pusat budaya dan keagamaan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kebudayaan Keraton Yogyakarta menjadi sebuah budaya yang luhur dan mewarisi kebudayaan Kerajaan Mataram Islam. Perjanjian Giyanti yang dilakukan antara Pakubuwono dengan Mangkubumi pada tahun 1754 membuat perbedaan antara Keraton Yogyakarta dengan Kasunanan Surakarta.

Pandangan masyarakat terhadap Keraton Yogyakarta sebagai pusat budaya dan keagamaan menyebabkan nilai - nilai dasar budaya jawa tetap dilestarikan dan dijunjung tinggi. Masyarakat luas tetap menganggap bahwa kebudayaan tersebut dipegang teguh oleh seluruh warga masyarakat Keraton Yogyakarta, dalam hal ini seringkali diwakili oleh *Abdi dalem*. Pemahaman *Abdi dalem* mengenai Keraton Yogyakarta seringkali menjadi panutan dari warga masyarakat pada umumnya.

Garebeg dilaksanakan dalam rangka memperingati perayaan keagamaan Islam (Idul Fitri, Idul Adha, Muharam). Perayaan *Garebeg* tidak selalu dilakukan bersamaan dengan hari raya agama Islam karena Keraton Yogyakarta memiliki kalender (kalender Jawa) tersendiri yang mampu menentukan waktu pelaksanaan *Garebeg.* Penentuan ini didasarkan pada kalender Sultan Agung yang mengadopsi kalender Hijriah dan kemudian disesuaikan dengan masyarakat jawa. Kalender Sultan Agung ini memiliki waktu 1 bulan sebanyak 30 hari dan tidak mengenal 29 atau 31 hari.

Peneliti mengamati bahwa dalam ritual *Garebeg* Syawal, Besar dan Mulud memiliki kesamaan dalam ritual pendukungnya. *Garebeg* terdapat beberapa rangkaian upacara seperti : Tumplak Wajik, Yasa *Pareden* (Pembuatan Gunungan), Gladen, *Garebeg Pareden*.

Ritual *Garebeg* Besar memiliki keunikan dengan adanya penyembelihan hewan kurban

di Mesjid Gede. Waktu pelaksanaan ritual ini dilakukan pada bulan Zulhijjah (Idul Adha) yang memiliki makna perayaan besar. Kalender Jawa - Islam menggambarkan bahwa bulan Zulhijjah ini sebagai *sasi* besar, dan hal inilah yang menjadikan *Garebeg* Idul Adha sebagai *Garebeg* Besar. (Sabdacakratama, 2009 : 49).

Garebeg Mulud merupakan ritual tradisional yang sudah dikenal sejak lama bahkan sebelum Keraton Yogyakarta berdiri. Ritual ini dilakukan di kerajaan Majapahit yang beragama Siwa - Budha. (Soepanto, 1991: 35). Ritual ini kemudian oleh Sultan Hamengkubuwono disesuaikan dengan Agama Islam yang dibantu oleh para Wali. *Garebeg* Maulud kemudian dijadikan sebagai sebuah perayaan akan peringatan Kelahiran Nabi Muhammad SAW.

Peneliti mengamati bahwa dalam Ritual *Garebeg* Maulud memiliki kesamaan rangkaian upacara seperti pada *Garebeg* Besar. Sekaten dan Miyos Gangsa menjadi ciri khas dalam ritual *Garebeg* Mulud. Perayaan *Sekaten* biasanya dilakukan satu minggu sebelum *Garebeg* Mulud, dalam perayaan Sekaten biasanya dilakukan *Miyos* dan *Kundur Gangsa.* Upacara *Miyos Gangsa* diartikan sebagai sebuah prosesi membawa gamelan Kanjeng Kyai Sekati, gamelan ini terdiri dari dua perangkat gamelan yakni Gamelan Kyai Guntur Madu dan Kyai Nagawilaga.

Ritual *Garebeg* Syawal ini dilakukan untuk menghormati bulan suci Ramadhan. Bulan suci tersebut umat Islam diwajibkan untuk berpuasa selama sebulan penuh, pada bulan ini dalam kalender Jawa sering disebut dengan bulan *pasa* (bulan Puasa), kemudian *Garebeg* Syawal sering disebut juga dengan *Garebeg* Bakda yang menggambarkan selesainya bulan Ramadhan (Herusatoto, 2005: 45).

Ciri khas yang terdapat dalam ritual *Garebeg* Syawal adalah adanya upacara *Ngabekten* setelah upacara *Garebeg Pareden* dilaksanakan. Upacara *Ngabekten* ini merupakan wujud syukur dan perhatian yang sangat besar dari *Abdi dalem*, *Penghageng* (Pimpinan), *Darah Dalem* (keluarga raja) serta masyarakat kepada Sultan.

Penelitian ini bertujuan untuk; 1) mengetahui sistem nilai norma, sikap dan kepercayaan masyarakat di Keraton Yogyakarta dalam upacara *Garebeg*, 2) mengetahui sifat dan makna ritual budaya Jawa, 3) mengetahui acara dan pola komunikasi upacara *Garebeg.*

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan Paradigma konstruktivis memiliki pandangan bahwa metodologis empiris logis dalam pengertian luas dan ajakan untuk menerapkan kerangka tersebut dalam penelitian manusia. Pengetahuan dan kebenaran obyektif merupakan sebuah hasil perspektif, dimana pengetahuan kebenaran diciptakan dan tidak ditemukan oleh pikiran (Denzin, 2005: 193).

Paradigma ini mengembangkan makna subjektif dari pengalaman individu, makna selanjutnya akan diarahkan pada obyek atau hal tertentu. Makna ini bervariasi dan beberapa peneliti mencoba mencari keragaman pandangan yang ada daripada mempersempit makna tersebut pada beberapa kategori.

Penelitian ini menggunakkan paradigma konstruktivis untuk melakukan interpretasi

atas upacara *Garebeg.* Interpretasi ini dilakukan peneliti atas obyek penelitian yakni upacara *Garebeg.* Peneliti dan obyek penelitian akan dianggap memiliki hubungan secara timbal balik. Hasil penelitian kemudian akan tercipta secara literal seiring dengan berjalannya proses penelitian.

The Investigator and the object of investigation are assumed to be interactively linked so that the finding are created as the investigation proceeds (Denzin, 2000: 111).

Penelitian dengan mengggunakkan metode etnografi komunikasi merupakan sebuah aktivitas penelitian yang melihat komunikasi ritual yang terdapat dalam ritual *Garebeg* di keraton Yogyakarta. Metode penelitian ini haruslah terencana dengan baik dan terkoordinasi dengan banyak pihak seperti keraton Yogyakarta, universitas dan sebagainya, diharapkan akan memberikan hasil sempurna seperti yang dikehendaki peneliti.

Etnografi Komunikasi sebagai sebuah proses akan melibatkan observasi yang cukup lama dalam sebuah kelompok dan diperlukan sebuah observasi partisipasi melalui pengamatan dan wawancara pada anggota kelompok. Jumlah responden yang cukup besar dan proses pengamatan yang cukup lama dalam keraton Yogyakarta mempermudah pemahaman peneliti.

Sumber data dalam penelitian ini adalah *Abdi dalem* yang terlibat dalam ritual *Garebeg* di keraton Yogyakarta. Peneliti melihat bahwa dengan keterbatasan waktu maka informan yang diperlukan pada penelitian ini hanya terbatas, sehingga tidak semua Abdi Dalem dapat dijadikan informan. Pangkat *Abdi dalem* yang cukup tinggi (*Bupati Anom*) diharapkan mampu memahami dan memberikan informasi akurat mengenai ritual *Garebeg*.

Keraton Yogyakarta berada di pusat kota Yogyakarta, di sebelah timur keraton terdapat sungai Code dan sebelah barat sungai Winongo. Benteng menjadi batas keraton, dimana benteng keraton sebelah utara berada di jalan senopati dan sebelah barat berada di jalan Wahid Hasyim. Batas keraton sebelah selatan berada di jalan Mayjen Sutoyo, Sedangkan pada sebelah timur jalan Brigjen Katamso.

Penelitian ini berlokasi di dalam Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat yang berada di kota Yogyakarta. Lokasi penelitian lebih diutamakan pada beberapa tempat yang banyak digunakan saat upacara *Garebeg* seperti *Bangsal Sitihinggil, Bangsal Ponconiti,* Mesjid Ageng, Kemagangan, Alun - alun lor (utara).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Komunikasi dalam ritual *Garebeg* pada penelitian ini dilakukan dengan analisis atas peristiwa komunikasi. Analisis peristiwa komunikatif dimulai dengan deskripsi 11 komponen penting seperti yang dikemukakan Dell Hymes (Arkinso, 2007: 110). Peneliti melihat komponen tersebut dalam konteks Ritual *Garebeg* di Keraton Yogyakarta. Pertama, *genre or type of event* atau tipe peristiwa komunikatif, misal salam, lelucon, perkenalan, salam, dan sebagainya. *The genre* ini seringkali ditafsirkan sebagai tipe dari sebuah peristiwa. Upacara *Garebeg* di keraton Yogyakarta memiliki beberapa peristiwa yang terkait didalamnya. Peristiwa tersebut menjadi sebuah bagian yang tidak dapat terpisahkan, seperti Ritual *Tumplak Wajik*, *Yasa Pareden Garebeg Parden* (membawa gunungan),

Ngabekten dan *Sekaten.* Ritual tersebut masing-masing memiliki fungsi sendiri yang saling melengkapi. Peneliti melihat bahwa ritual inti seperti *Tumplak Wajik*, *Yasa Pareden, Gladen, Garebeg Pareden* terdapat dalam *Garebeg* Syawal, *Garebeg* Besar dan *Garebeg* Mulud. *Garebeg* Syawal, *Garebeg* Besar dan *Garebeg* Mulud dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam peristiwa komunikasi, hal ini dikarenakan dalam ritual *Garebeg* terdapat ketiga peristiwa tersebut. Kedua, *the topic or referential focus* atau fokus referensi yang menjadi pokok dari simbol yang dipertukarkan. Upacara *Garebeg* adalah *sedekah nDalem*, ini dapat diartikan sebagai wujud syukur pemberian Sultan kepada rakyatnya. Bentuk wujud syukur tersebut berupa gunungan yang kemudian di*grebeg* (dibawa bersama-sama) dan selanjutnya di*rayah* (diambil) oleh masyarakat. Penyebarluasan agama Islam terlihat disini, *Pareden* setelah didoakan kemudian dibagi untuk masyarakat. Pembagian *Pareden (dirayah)* dilakukan di halaman mesjid Agung, dahulu ini sebagai bentuk syiar Islam di Yogyakarta.

Ketiga, *the purpose or function,* merupakan tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan menjadi fungsi serta tujuan partisipan secara individu. *Garebeg* Syawal dilaksanakan pada bulan suci Ramadhan untuk memenuhi Rukun Islam yang ke-empat yakni berpuasa selama sebulan penuh. Pelaksanaan *Garebeg* Syawal ini dilakukan juga sebagai bentuk penghormatan atas malam kemuliaan (*Lailatul Qadr*). Bulan Jawa pada pelaksanaan *Garebeg Syawal* sering dikenal dengan bulan *sawal* atau *Sasi Bakdo* yang memiliki makna selesai atau berakhir. *Garebeg* Besar dilaksanakan pada bulan Zulhijjah, dalam kalender jawa dikenal dengan Sasi Besar. Pelaksanaan *Garebeg* Besar dimaksudkan untuk merayakan lebaran haji yang bertepatan dengan Idul Adha. *Garebeg* Maulud dilaksanakan untuk memperingati hari kelahiran Nabi Muhammad yang jatuh pada tanggal 12 Rabiulawal. Bulan ini dalam kalender jawa sering disebut dengan bulan Maulud.

Keempat, *the setting* menjadi aspek fisik dari situasi komunikasi seperti lokasi, waktu, musim, besar ruangan, tata letak perabotan dan sebagainya Setting komunikasi adalah aspek fisik dari situasi komunikasi seperti lokasi, musim, waktu, besar ruang, interior dan lain sebagainya. Setting atau latar dalam kajian etnografi komunikasi juga berkaitan dengan komponen bahasa yang mengacu kepada ruang dan waktu dimana serta kapan komunikasi ritual digunakan. *Garebeg* secara umum dilaksanakan dalam lingkungan keraton Yogyakarta, beberapa bangsal seperti *Pagelaran, Sitihinggil, Pancaniti, Kemagangan*, Kencana, Mesjid Gede. Ritual yang dijalankan berbeda sehingga tempat yang berbeda pula untuk melaksanakan ritual tersebut. *Yasa Pareden* (membuat gunungan) dilaksanakan di Bangsal Pancaniti dan ketika *Garebeg Pareden* (membawa gunungan) dari *bangsal Pancaniti* ke *Sitihinggil* menuju Pagelaran dan berakhir di Mesjid Gede. Sultan hadir dan memberi perintah untuk mengirim *Pareden* (gunungan) di *Sitihinggil. Ngabekten* yang berlangsung pada bulan Syawal ini dilaksanakan di Bangsal Kencana. Sekaten yang dilaksanakan pada bulan Mulud ini berlangsung di Mesjid Gede keraton Yogyakarta dengan memainkan gamelan Kyai Sekati.

Kelima, *the key or emotional tone of the event*, kunci ini berkaitan dengan penggunaan nada bicara, cara yang perlu dilakukan dari sebuah aktivitas. Kunci ini dapat dikaitkan dengan fungsi tertenttu dari penggunaan bahasa, hubungan antar peserta, bentuk dan isi pesan yang disampaikan. Penggunaan bahasa yang dilakukan dalam upacara *Garebeg* sebagian besar mempergunakkan bahasa Jawa *Krama Hinggil* dan bahasa *Bagongan.*

Keenam, *the participant,* individu yang terlibat dalam suatu proses dan peristiwa komunikasi, termasuk diantaranya usia, jenis kelamin, etnik, status sosial atau kategori lain yang sesuai dan memiliki hubungan satu dengan yang lain. *Garebeg* melibatkan peserta dari *Abdi dalem* (Punokawan, Keprajan, Keparak, Kanca Abang) dan Prajurit serta *Penghageng* (Keluarga Raja). Peserta *Garebeg* diluar lingkungan keraton biasanya berasal dari kepolisian dan pamong praja serta petugas kebun binatang Gembiraloka. Keterlibatan peserta *Garebeg* dari luar keraton biasanya diluar acara seremonial dan berkaitan dengan pengamanan acara. Peserta dari petugas kebun binatang Gembiraloka dikarenakan beberapa hewan turut disertakan dalam upacara *Garebeg*, khususnya dalam mengawal gunungan ke Kepatihan dan Puro Pakualaman.

Ketujuh, *the message form,* bentuk pesan termasuk saluran verbal nonvokal, nonverbal serta hakikat kode yang dipakai. Saluran komunikasi yang dipakai dalam upacara *Garebeg* adalah komunikasi lisan. Bentuk komunikasi lisan ini dilakukan antara *Abdi dalem* dengan pemimpin upacara, selain itu komunikasi ini terjadi antar *Abdi dalem* prajurit pada upacara yasa *Pareden* dan *Garebeg Pareden*. Penggunaan simbol non verbal banyak dilakukan ketika upacara berlangsung. *Abdi dalem* yang dalam posisi menyembah maka diartikan sebagai sebuah penghormatan. Komunikasi pada upacara *Garebeg* dalam bentuk nonverbal lebih pada pemaknaan atas simbol-simbol yang sarat dengan makna lokal budaya jawa. Simbol ini dibentuk dari sebuah kebijakan lokal yang didasarkan pada Kerajaan Mataram Islam, Hal ini kemudian diyakini dan tetap dilestarikan oleh masyarakat didalam keraton Yogyakarta.

Kedelapan, *the message content,* isi Pesan merupakan pikiran dan perasaan seseorang dengan sebuah lambang tertentu, misal bahasa menjadi pesan untuk dikomunikasikan kepada individu lain, mencakup apa yang dikomunikasikan termasuk level konotatif dan referensi denotatif. Bentuk pesan termasuk dalam saluran verbal dan non verbal dan hakikat kode yang dipakai, misal bahasa dan varietas. Bentuk pesan dalam komunikasi upacara *Garebeg* adalah pesan verbal yang diucapkan dalam bentuk doa, *Tembung* (ucapan) dan *gending*. Komunikasi verbal yang dilakukan dalam upacara *Garebeg* lebih banyak dilakukan dalam bentuk doa, hal ini dikarenakan dalam setiap ritual seringkali dimulai dengan *Ubo rampe* dan doa. Doa yang disampaikan dalam setiap ritual biasanya dilakukan oleh *Abdi dalem* yang sudah ditunjuk oleh Penghageng. Komunikasi verbal ini dalam upacara *Garebeg* selalu didukung oleh komunikasi nonverbal. Bentuk komunikasi

nonverbal ini diwujudkan dalam bentuk *Ubo rampe* , Gunungan, alat musik.

Kesembilan, *the act sequence*, urutan tindakan merupakan urutan tindakan komunikatif atau tindak tutur termasuk didalamnya pola giliran, fenomena percakapan. Urutan tindakan atau tindak tutur bermasuk cara bergiliran atau fenomena percakapan, kapan dimulai dan urutan yang berbicara. *Garebeg* merupakan sebuah upacara yang bersifat ritual sehingga komunikasi yang terjadi didalamnya diatur dalam sebuah aturan seremonial. Keraton Yogyakarta dalam setiap pelaksanaan *Garebeg* maka aturan seremonial tersebut diwujudkan dalam bentuk norma dan tradisi.

Kesepuluh, *the rules of interaction,* kaidah interaksi merupakan kaidah penggunaan bahasa yang bisa digunakan dalam sebuah peristiwa komunikasi. Kaidah interaksi akan berkaitan dengan penggunaan bahasa yang bisa diterapkan dalam peristiwa komunikatif.

Upacara *Garebeg* merupakan sebuah ritus tahunan yang membuahkan sebuah penghayatan akan nilai keteraturan pada masyarakat. Rasa hormat dan teratur begitu kuat pada upacara *Garebeg* sehingga menjadi sebuah perekat untuk membangkitkan rasa solidaritas diantara warga masyarakat.

Upacara *Garebeg* merupakan sebuah aktivitas yang mengandung nilai religius dan menjadi media berkomunikasi dengan kekuatan ghaib (Leluhur) dan kekuatan tertinggi (Tuhan).

Masyarakat Keraton Yogyakarta mempergunakkan Upacara *Garebeg* sebagai media untuk berkomunikasi dengan masyarakat Yogyakarta. Relasi dibangun dengan mendekatkan diri sang penguasa (Sultan) terhadap rakyatnya. Kedekatan ini tampak pada beberapa ritual yang terdapat dalam upacara *Garebeg* seperti; *Garebeg Pareden*, Sekaten. Pada kedua ritual tersebut Sultan hadir dan mengikuti acara bersama dengan masyarakat.

Kesebelas, *the norm of interpretation,* norma interpretasi termasuk didalamnya pengetahuan umum, kebiasaan budaya, nilai serta norma yang dianut, pantangan yang harus dihindari, dan sebagainya. Norma interpertasi termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan nilai dan norma yang dianut, pantangan yang harus dihindari dan lain sebagainya. Kebiasaan yang berlaku dalam upacara *Garebeg* dari pakaian yang digunakan adalah *Baju Peranakan, Athela, Abangan*, Pakaian Prajurit, dan sebagainya dimana semua hal tersebut harus mengikuti *Gagrak Ngayogyakarta* (Cara Keraton Yogya). Norma yang dianut dalam upacara *Garebeg* adalah berpuasa dan beberapa *Abdi dalem* melakukan mandi jamas. Norma ini berlaku ketika Ritual Sekaten dan Tumplak Wajik. Berpuasa diharapkan secara lahir dan batin mampu membersihkan diri dan siap untuk menjalankan tugas (Engkus, 2011: 42).

Ritual *Garebeg* di Keraton Yogyakarta merupakan sebuah ritual yang dianggap sakral. Nilai sakral dari ritual ini dapat dilihat pada beragam *ubo rampe* serta pakem yang digunakan didalamnya. *Ubo rampe* yang merupakan perlengkapan dalam ritual *Garebeg* seringkali diwariskan secara turun temurun, dan benda yang digunakan dianggap memiliki kekuatan tertentu.

Nilai - nilai yang terdapat dalam *ubo rampe* pada ritual *Garebeg* oleh masyarakat

Keraton Yogyakarta terus dilestarikan dan dipertahankan. Pelestarian nilai ini dilakukan sebagai bentuk penghormatan akan religius Islam yang ada dalam ritual *Garebeg*.

Garebeg memiliki beragam nilai sakral sebagai sebuah produk budaya. Komunikasi ritual *Garebeg* merupakan sebuah kegiatan yang sakral dan keramat karena terdapat sebuah upacara suci dan setiap orang orang ambil bagian secara bersama dalam bersekutu dan berkumpul (Berg, 2001: 15). Ritual *Garebeg* sebagai sebuah upacara suci tentunya menggunakkan pakem yang jelas dan merupakan tradisi turun temurun. Aturan (*pakem*) meliputi tata cara ritual *Garebeg*, *Ubo rampe* (perlengkapan).

Kepercayaan dan budaya yang ada dalam masyarakat menyebabkan sebuah *ubo rampe* tetap terus digunakan pada ritual *Garebeg*. Penggunaan *ubo rampe* dengan nilai sakral hanya dapat digunakan pada Ritual *Garebeg* dan diperlukan sebuah *pakem* khusus. Peneliti melihat seperti *Pareden* (gunungan) yang akan dibuat hanya pada saat sebelum perayaan *Garebeg*, proses pembuatan *Pareden* membutuhkan ritual khusus.

Gunungan yang telah dibuat hanya boleh dibagikan kepada masyarakat pada lokasi tertenttu (Mesjid Gedhe, Kepatihan, Pakualaman). Hal ini tentunya didasarkan pada tradisi. Konsep mengenai pakem ini berkaitan dengan pengetahuan budaya Jawa dalam praktek lokal di Keraton Yogyakarta dari interaksi *Abdi dalem* menurut Senft (2007 : 1). Nilai sakral dari ritual *Garebeg* adalah pandangan masyarakat di Keraton Yogyakarta yang menganggap bahwa ritual ini merupakan sebuah Hajad Dalem. Peneliti melihat bahwa Hajad Dalem ini merupakan sebuah berkah dari Sultan sebagai ucapan syukur kepada Tuhan.

Garebeg merupakan sebuah sistem atau rangkaian tindakan yang diatur oleh adat di Keraton Yogyakarta dan berlaku dalam masyarakat. Ritual ini berhubungan dengan peristiwa keagamaan yang terjadi dalam masyarakat (Koentjaraningrat, 1997: 58). Sistem adat di Keraton Yogyakarta mengatur pelaksanaan Ritual *Garebeg*, hal ini dilakukan sebagai bentuk peringatan peristiwa keagamaan Islam (Syawal, Besar, Mulud).

Masyarakat berusaha untuk dapat menghadiri perayaan Ritual *Garebeg* secara bersama - sama, sukarela dan ikhlas. Peneliti mengamati beberapa warga masyarakat yang hadir berasal dari luar kota Yogyakarta. Kehadiran warga masyarakat menjadi salah satu gambaran bahwa Ritual *Garebeg* telah mengakar dalam kehidupan sosial di Yogyakarta. Ritual *Garebeg* memperlihatkan partisipasi dari masyarakat untuk saling berbagi kebersamaan, kondisi ini dikarenakan oleh adanya keyakinan bersama atas Ritual *Garebeg*.

Sultan sebagai pemimpin tertinggi di Keraton Yogyakarta melaksanakan tugasnya sebagai seorang Senopati dan *Abdur Rahman Sayyidin Panatagama*. Gelar Senopati yang bermakna pemimpin di dunia ini maka Sultan memiliki tanggung jawab untuk mengayomi masyarakat Yogyakarta. Tanggung jawab yang diterima oleh Sultan ini salah satunya diwujudkan dalam bentuk *Pareden* yang dibagikan kepada masyarakat. *Pareden* yang dibagikan pada setiap Ritual

Garebeg menjadi media komunikasi dengan masyarakat.

Gelar *Abdur Rahman Sayyidin Panatagama* yang disandang Sultan sebagai pemimpin tertinggi di Keraton Yogyakarta memiliki makna sebagai sultan dianggap sebagai penata, pemuka dan pelindung agama. Sultan sebagai seorang pemuka agama memiliki tanggung jawab melaksanakan hari besar agama Islam di Keraton Yogyakarta. Peneliti melihat bahwa pelaksanaan tugas ini dilakukan salah satunya melalui ritual *Garebeg.*

Ritual merupakan salah satu cara berkomunikasi dalam kehidupan sosial. Semua bentuk ritual adalah komunikatif, dimana ritual menjadi sebuah perilaku simbolik dalam situasi sosial. Penggunaan lambang komunikasi yang khas menjadi salah satu ciri utama dalam sebuah komunikasi ritual. Lambang komunikasi yang digunakan tersebut tidak dapat dipilih oleh masyarakat, melainkan sudah tersedia sejak turun temurun berdasar pada nilai tradisi dan budaya yang ada.

Peneliti melihat bahwa isi pesan tersebut memiliki nilai - nilai tradisional dan kebijaksanaan, hal tersebut didasarkan pada realitas dari kehidupan keseharian. Masyarakat Yogyakarta mengenal upacara panen, nilai tradisional dalam upacara panen seperti *gejok lesung* kemudian dilestarikan dan digunakan sebagai bagian ritual Upacara *Garebeg* di Keraton Yogyakarta. Upacara panen tersebut memiliki makna dan kebijaksanaan.

Makna menjadi penting bagi perilaku masyarakat di Keraton Yogyakata. *Abdi dalem* kemudian membentuk makna melalui proses komunikasi yang ada didalamnya. Teori Interaksi simbolik menjelaskan bahwa tujuan utamanya adalah menciptakan makna yang terdapat dalam ritual *Garebeg*, karena tanpa makna yang sama maka komunikasi akan sulit untuk berlangsung dengan baik dan pendapat ini dikemukakan oleh Adler (2006: 96).

Peneliti melihat bahwa dalam Upacara *Garebeg*, *Pareden* (Gunungan) menjadi lambang utama. Gunungan dapat diartikan sebagai patok dunia, konsep ini diilhami dari bentuk gunung. Gunung sebagai sebuah tempat yang mampu memberikan sumber kehidupan kepada manusia yang ada disekitarnya, dan sekaligus juga tempat bersemayam mahluk supranatural dan binatang. *Pareden* (gunungan) diharapkan dapat membina sebuah relasi antara diri manusia dengan dunia supranatural, ini dilakukan agar keselamatan hidup dapat tercapai. Gunung Merapi yang ada di Keraton Yogyakarta dipilih dan dilambangkan dengan *Pareden* dimaksudkan juga mampu menjadi penjaga bagi Keraton Yogyakarta.

Simbol yang digunakan dalam ritual *Garebeg* memiliki makna sosial yang sama di Keraton Yogyakarta. Individu yang terlibat mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain (Afriyanto 2007 : 136). Pemahaman mengenai *Pareden* sudah diwariskan dalam kurun waktu yang lama. Peneliti melihat memang terdapat perubahan jumlah *Pareden* yang dibuat, akan tetapi hal ini tidak merubah pemahaman *Abdi dalem* mengenai *Garebeg*.

Pareden kakung melambangkan kebaikan sedangkan *Pareden estri* melambangkan kejahatan. Keraton Yogyakarta memiliki kekuatan untuk menyatukan *Pareden kakung*

(lambang kebaikan) dan *Pareden estri* (lambang kejahatan). Penyatuan kedua kekuatan dari *Pareden* ini diharapkan dapat membuat Keraton Yogyakarta semakin berjaya.

Gunungan pria dalam ritual *Garebeg* seringkali diwujudkan dalam lambang *Lingga* (alat kelamin pria). *Pareden* kakung menggambarkan seorang pria ksatria yang memiliki sifat Muthmainnah. Mutmainnah memiliki karakteristik yakni jiwa yang tenang dan tentram. Karakteristik dari Mutmainnah ini dapat sempurna bila seseorang berada dalam kebenaran dan kebajikan dan hal ini mendapat rahmat yang berlimpah dari Allah SWT.

Pareden sebagai simbol dipakai untuk mewakili dan media komunikasi baik dengan masyarakat maupun dengan Tuhan. Gunungan yang terdiri dari beragam benda dan hasil bumi dipakai sebagai representasi diri Sultan untuk berkomunikasi dengan Tuhan, sekaligus pula bagi masyarakat (Charey, 1992: 50).

Simpulan

Berdasarkan atas hasil penelitian yang telah diuraikan mengenai komunikasi ritual pada upacara *Garebeg* di Keraton Yogyakarta maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi ritual pada upacara *Garebeg* di Keraton Yogyakarta terdiri dari *Garebeg* Syawal, *Garebeg* Besar, *Garebeg* Mulud, dari ketiga ritual tersebut dapat dibagi lagi dalam tujuh prosesi ritual lain seperti *Tumplak Wajik, Yasa Pareden, Gladen*, *Garebeg Pareden, Ngabekten, Sekaten* dan *Garebeg* Mulud Dal. Ketujuh prosesi tersebut merupakan bentuk dari peristiwa komunikasi dalam upacara *Garebeg.* Peristiwa komunikasi tersebut kemudian dianalisis menggunakkan metode *Speaking* dari Dell Hymes; hasil analisis tersebut selanjutnya dihasilkan pola komunikasi. Pola komunikasi dalam upacara *Garebeg* terdiri dari tiga pola yakni pola komunikasi *hajad dalem,* pola komunikasi *tanda yekti* dan pola komunikasi syiar Islam.

Komunikasi ritual pada upacara *Garebeg* memiliki beberapa makna seperti; kegiatan bersama, mengandung unsur transendental yang sarat dengan nilai sakral, banyak simbol dan makna terkandung didalamnya. Komunikasi ritual dalam upacara *Garebeg* sebagai sebuah kegiatan bersama dikarenakan upacara ini melibatkan masyarakat, *Kawedanan* dan *Rayi dalem*. Makna komunikasi ritual dalam upacara *Garebeg* dianggap sakral dan religius. Nilai sakral dan religius terdapat dalam Hajad Dalem yang dilakukan di Keraton Yogyakarta. Komunikasi ritual terjadi antara manusia dengan leluhur dan sang Pencipta.

Rekomendasi penelitian ini sisi metodologis, diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan dengan pendekatan yang berbeda. Pendekatan kualitatif dengan metode yang berbeda diharapkan dapat menguatkan temuan sebagai hasil penelitian lanjutan. Pendekatan kuantitaf dapat menjadi metode dalam menguatkan hasil penelitian ini maupun insidental (keluarga raja). Melalui penelitian tersebut diharapkan dapat lebih menyebarluaskan budaya mataram Islam keraton Yogyakarta di seluruh Indonesia.

Daftar Pustaka

Adler Ronald B & George Rodman. (2006). *Understanding Human Communication*. New York, Oxford University: Press.

Alan Bryman. (2005). *Ethnography.* Buckingham, Open University: Press

Arkinson Paul & Martyn Hammersley. (2007). *Ethnography*. New York: Routledge.

Berg Bruce L. (2001). *Qualitative Research Methods For The Social Science.* America: Pearson Education Company.

Budiono Herusatoto. (2005). *Simbolisme Dalam Budaya Jawa,* Yogyakarta : Hanindita.

Engkus Kusuwarno. (2011). *Etnografi Komunikasi : Pengantar dan Contoh Penelitiannya.* Bandung : Widya Padjajaran.

Fredy Heryanto. (2009). *Mengenal Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat,* Yogyakarta : Warna Grafika.

Gudyskunt William B, Stella Ting - Toomey with Elizabeth Chua. (1983). *Culture and Intercultural Communication*. New York, USA: Mac Graw-Hill, Inc

James W Charey (1992) *Communication as Culture: Essays on Media and Society.* Newyork: Routledge.

Ki Sabdacakratama. (2009). *Sejarah Keraton Yogyakart.* Yogyakarta : Buku Kita.

Koentjaraningrat. (1984). *Kebudayaan Jawa.* Jakarta : Balai Pustaka.

Norman K Denzin & Licoln, Yonna S. (2000). *Symbolic Interactionism and Cultural.* USA: Blackwell Publishing.

Saville, Muriel, Troike. (2003). *The Ethnography of Communication, an Introduction*. London: Blackwell Publishing.

Serena Nanda& Richard L Warms. (2007). *Cultural Anthropology.* USA: Thomson

Senft, Gunter and Ellen B Basso. (2007). *Ritual Communication*. USA: Wenner Gren.

Soepanto, Suratmin, Bambang Sularto. (1991) *Upacara Tradisional Sekaten Daerah Istimewa Yogyakarta.* Yogyakarta : Departement P dan K.

MODEL LITERASI MEDIA DENGAN MENGGUNAKAN MULTIMEDIA INTERAKTIF BERBASIS KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT SALATIGA

Rini Darmastuti[1], Sri Winarso Martyas Edi[2], Erwien Christianto[3]
Universitas Kristen Satya Wacana
Jl. Diponegoro 52-60 Salatiga, Indonesia, 50711, Telp. (0298) 321212
Email : Rini.darmastuti@staff.uksw.edu[1], winarso@staff.uksw.edu[2],
erwien.christanto@staff.uksw.edu[3]

Abstract

The purpose of this research is to know a model literacy a medium for elementary school students by the use of the interactive multimedia-based wisdom of the local community, Salatiga. Methods used in this research is qualitative and approach ethnography communication. The data collection was done through observation and in-depth interviews with cultural and teachers primary schools in Salatiga. The results show that 1). The Local wisdom of Salatiga community has been applied in forms of appreciation, cooperation and tolerance based on the teachings of Raden Mas Said. 2). This local wisdom can be used as a basis for media literacy 3). There are two models of literacy media based on local knowledge, i.e., in the form of informal communication done by teachers and parents, and in the form of education through games. The Game with Salatiga City setting and with figures of Wales and Asia as symbols of that tolerance is the local wisdom of Salatiga community which will be used as learning media in schools. This research contributes to provide media literacy model using interactive multimedia based on local wisdom of the community in Salatiga.

***Keywords**: Media Literacy Model, elementary school students, Local wisdom, Interactive Multimedia, Salatiga*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui model literasi media untuk anak-anak sekolah dasar dengan menggunakan multimedia interaktif berbasis kearifan lokal masyarakat Salatiga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan pendekatan etnografi komunikasi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan budayawan dan guru-guru Sekolah Dasar di Salatiga. Hasil dari penelitian ini adalah 1). Kearifan lokal masyarakat Salatiga teraplikasi dalam bentuk menghargai, gotong royong dan toleransi yang didasarkan pada ajaran Raden Mas Said. 2). Kearifan lokal ini dapat digunakan sebagai dasar literasi media 3). Ada dua model literasi media yang dihasilkan dalam penelitian ini, yaitu model literasi dalam bentuk komunikasi secara informal dan model literasi dalam bentuk edukasi melalui game. Model literasi dalam bentuk komunikasi informal dilakukan oleh guru dan oorang tua. Model literasi dalam bentuk game dibuat dengan setting kota Salatiga dengan tokoh Welas dan Asih sebagai simbol dari toleransi yang merupakan kearifan lokal masyarakat Salatiga, sebagai media pembelajaran di sekolah-sekolah. Kontribusi penelitian ini adalah penemuan model literasi media dengan menggunakan multimedia interaktif berbasis kearifan lokal masyarakat Salatiga.

Kata kunci *:* Model Literasi Media, Anak-Anak SD, Kearifan Lokal, Multimedia Interaktif, Salatiga

Pendahuluan

Nasib naas menimpa Has, bocah kelas 1 SD Yayasan Islam Zaidar Yahya. Ia dikeroyok oleh lima temannya di sekolah yang menirukan adegan di Sinetron 7 Manusia Harimau yang tayang di televisi swasta nasional. Has akhirnya mengembuskan nafas terakhir pada hari Selasa, 28 april 2015 pada malam hari sekitar pukul 22.00 WIB. Kejadian serupa juga dialami A, salah satu murid Sekolah Dasar

di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Pada tanggal 18 September 2015, siswa kelas tiga ini meregang nyawanya usai dipukul teman sekelasnya di dalam salah satu ruang kelas di sekolah tersebut.

Tindakan yang dilakukan oleh teman-temannya ini sebetulnya merupakan bentuk tindakan meniru program tayangan tarung bebas fiktif bernama *Smackdown* yang disiarkan secara rutin di salah satu stasiun swasta Indonesia. Kejadian yang menimpa A ini hampir mirip dengan kejadian yang menyebabkan kematian RZ yang meninggal dunia akibat di-*smackdown* kakak kelasnya pada 2006 silam. Kejadian ini terulang lagi setelah 9 tahun kasus itu berlalu (Sumber : http://nasional.news.viva.co.id/news/read/679519-anak-anak-yang-meregang-nyawa-akibat-tayangan-televisi, akses 29 Mei 2016).

Dua kejadian ini hanyalah sebagian kecil dari 'tragedi' yang terjadi sebagai akibat dari pengaruh televisi terhadap sikap dan perilaku penonton televisi yang ada di negeri ini. Hal ini terjadi karena televisi sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan setiap orang. Dari bangun tidur hingga menjelang tidur, masyarakat kita mendapat terpaan dari televisi dengan sangat luar biasa. Berdasarkan survey *Nielsen Consumer Media View* (2017) yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, penetrasi Televisi masih memimpin dengan 96 persen disusul dengan Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%). Berdasarkan survei *Nielsen Cross-Platform 2017*, saat ini ada beragam cara yang dilakukan untuk mengakses konten TV atau film. TV terrestrial dan TV kabel masih menjadi pilihan utama dengan perolehan 77 persen (Sumber : http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/Tren-Baru-di-Kalangan-Pengguna-Internet-di-Indonesia.html. akses 20 Nopember 2017).

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa televisi menjadi media favorit bagi masyarakat kita. Televisi mempunyai peran yang sangat besar dalam membentuk masyarakat Indonesia. Padahal kalau kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, konsumen terbesar untuk tayangan televisi ini adalah anak-anak, tidak terkecuali untuk anak-anak di Salatiga. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada bulan april 2016 yang dilakukan di 3 Sekolah Dasar Negeri dan 2 Sekolah Dasar Swasta yang ada di Salatiga, anak-anak Sekolah Dasar yang ada di Salatiga ini setiap hari menonton televisi lebih dari 3 jam. Jumlah ini bukanlah jumlah yang sedikit.

Fenomena yang terjadi di masyarakat ini merupakan sebuah urgensi dan perlu penanganan yang serius. Dibutuhkan satu strategi yang tepat untuk melakukan literasi media, salah satunya adalah dengan menggunakan kearifan lokal. Ada beberapa penelitian yang sudah dilakukan dengan menekankan kearifan lokal sebagai dasar dalam membuat strategi literasi media. Pada tahun 2014 dan 2015, Mario Antonius Birowo dan Rini Darmastuti melakukan penelitian dengan judul *"Strategi Literasi Media pada Remaja Yogyakarta dengan Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Yogyakarta"*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi literasi media dilakukan

melalui pengajaran seni rupa, seni tari dan seni musik. Literasi media melalui kearifan lokal masyarakat Yogyakarta ini digunakan sebagai strategi untuk membangun remaja yang cerdas dalam menggunakan media melalui dua cara, yaitu pemahaman terhadap budaya dan menggunakan waktu mereka secara efektif melalui budaya (Birowo, 2015: 63).

Penelitian lainnya dilakukan oleh Jusuf Tjahjo Purnomo dan Rini Darmastuti pada tahun 2016 dengan judul "Model Literasi Media dalam Konsep Kearifan Lokal Masyarakat Samin". Penelitian ini berusaha untuk menggali kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Samin dalam menghadapi terpaan televisi. Sebagai masyarakat Adat yang sangat taat dan menghidupi budaya yang diajarkan oleh nenek moyang mereka, masyarakat Samin tidak terpengaruh oleh pesan-pesan dan ajaran yang disampaikan melalui televisi. Kearifan lokal yang mereka miliki menjadi tameng dalam menghadapi terpaan media televisi ini (Purnomo dan Darmastuti, 2016: 33).

Kedua penelitian diatas menunjukkan bahwa kearifan lokal menjadi kekuatan dalam membangun kecerdasan dalam menggunakan media. Literasi media dilakukan dengan berdasarkan pada kearifan lokal yang dimiliki oleh setiap masyarakat. Topik yang dibahas dalam tulisan ini merupakan kelanjutan dan pembahasan lebih mendalam dari kedua hasil penelitian yang dilakukan di Yogyakarta dan di Sukolilo. Fokus pembahasan dalam tulisan ini agak berbeda dengan pembahasan dari kedua hasil penelitian sebelumnnya. Tulisan ini lebih membahas model literasi media melalui multimedia interaktif dengan berdasarkan kearifan lokal masyarakat Salatiga. Multimedia interaktif yang ditemukan dalam penelitian ini adalah multimedia interaktif dalam bentuk game, sebagai media edukasi.

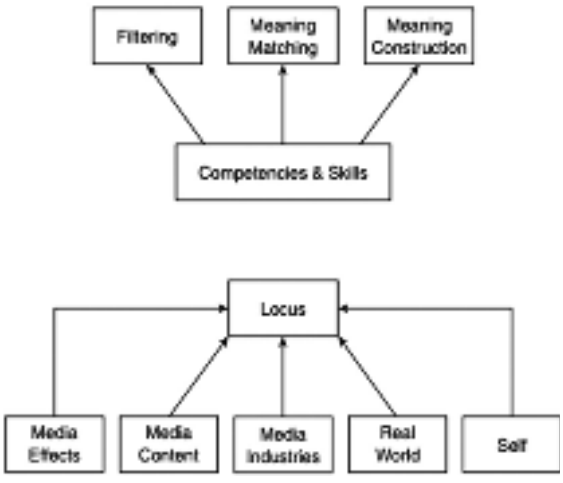
Melek media atau "*media literacy*" adalah sebuah alternatif yang bertujuan untuk memberdayakan publik di tengah kepungan media. Konsep ini memiliki tujuan untuk mendidik publik supaya mampu berinteraksi dan memanfaatkan media secara cerdas dan kritis, sehingga publik tidak mudah dibodohi media dan tidak mudah dieksploitasi media untuk kepentingan-kepentingan yang tidak berpihak pada kebutuhan publik. Tindakan konkret melek media adalah pendidikan dan pelatihan bagi publik supaya mampu memahami isi media, mampu mengakses dan menggunakan media, serta mampu berkomunikasi melalui media secara interaktif.

David Considine (dalam The Journal of Media Literacy, Volume 41, Number 2) memberikan definisi media literacy sebagai "*The ability to a*ccess, analyze, evaluate *and c*ommunicate information *in a variety of format including print and nonprint"* Dalam pandangan David Considine, masyarakat yang sudah mengalami Media Literacy atau masyarakat yang sudah melek media, adalah masyarakat yang memiliki kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai format pesan yang disampaikan oleh media massa, baik itu cetak maupun elektronik.

W. James Potter (1998 : 5), mendefinisikan literasi media dengan definisi *"Media Literacy is a perspective from which we expose ourselves to the media and interpret the meanings of the messages we encounter*".

Menurut Potter, literasi media merupakan sebuah perspektif di mana kita dapat secara aktif menunjukkan kemampuan kita kepada media untuk menginterpretasikan makna dari pesan yang kita temui. Secara sederhana, literasi media merupakan kemampuan menyaring, memilah, dan memilih pesan-pesan yang terdapat dalam media, baik cetak maupun elektronik.

Potter menjelaskan literasi media melalui model yang dia buat. Ada empat faktor yang digunakan pada model literasi media ini, yaitu struktur pengetahuan, lokus personal, kompetensi dan keterampilan, serta arus tugas pengolahan informasi. Potter mengatakan, *"The foundation of building media literacy is a set of five strong knowledge structures. The foundational knowledge structures are media effects, media content, media industries, the real world, and the self"* (Potter, 2004: 33). Model literasi media yang dijelaskan oleh Potter ini sering disebut dengan 'The Cognitive Model of Media Literacy', seperti dalam gambar dibawah ini:



Gambar 1. *The Cognitive Model of Media Literacy*
(Sumber : Potter, 2004)

Douglas Kellner (2010: 3) dalam bukunya "*Budaya Media: Cultural Studies, Identitas dan Politik, antara Modern dan Postmoder"* mengatakan bahwa masyarakat sebetulnya dapat menolak pengaruh-pengaruh budaya media dengan menggunakan budaya yang mereka miliki. Pesan-pesan dominan yang disampaikan oleh media massa dan penciptaan pembacaan serta pemanfaatan pribadi terhadap budaya yang diproduksi secara masal oleh media dapat difilter dengan menggunakan budaya yang dimiliki oleh masyarakat sebagai sumber pemberdayaan diri mereka dan menciptakan makna identitas dan bentuk kehidupan mereka sendiri. Menurut Kellner, ada satu cara yang dapat digunakan untuk menciptakan masyarakat yang cerdas dalam menggunakan media atau masyarakat yang melek media, yaitu dengan menggunakan budaya mereka sendiri.

Kearifan lokal yang merupakan manifestasi dari ajaran-ajaran budaya yang dihidupi oleh suatu masyarakat lokal, dapat digunakan sebagai filter untuk menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri. Budaya asing disini termasuk budaya-budaya asing yang terpublikasi ke masyarakat melalui media massa. Nilai-nilai budaya serta kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat dapat digunakan sebagai dasar pada saat menginterpretasikan pengalaman yang mereka peroleh dari media massa, sehingga tingkah laku sosial yang terbentuk merupakan tingkah laku sosial yang sesuai dengan budaya masyarakat itu bukan tingkah laku sosial yang berdasarkan budaya media.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui model literasi media untuk anak-anak sekolah dasar dengan menggunakan multimedia interaktif berbasis kearifan lokal masyarakat Salatiga.

Metode Penelitian

Tulisan ini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 dengan judul "Model literasi media untuk anak-anak Sekolah Dasar dengan menggunakan Multimedia Interaktif dalam konsep kearifan lokal masyarakat Salatiga". Penelitian yang dibiayai oleh Ristekdikti dalam skema penelitian produk terapan ini dilakukan di Salatiga pada tahun 2017. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan etnografi komunikasi untuk menggali kearifan lokal masyarakat Salatiga dan membuat model literasi media berdasarkan kearifan lokal masyarakat Salatiga.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi secara langsung serta wawancara mendalam. Observasi dilakukan di kota Salatiga untuk menggali kekayaan budaya dan kearifan lokal masyarakat Salatiga. Wawancara mendalam dilakukan dengan budayawan, guru serta tokoh-tokoh masyarakat Salatiga, sebagai orang kunci dalam penelitian ini. Setelah melakukan observasi dan wawancara mendalam, peneliti kemudian mengkonstruksi pesan-pesan yang didapat dari narasumber. Setelah menggali kearifan lokal masyarakat Salatiga, peneliti kemudian memetakan kearifan lokal masyarakat Salatiga yang selama ini digunakan sebagai filter dalam mengadapi terpaan pesan yang berasal dari televisi dan membuat model literasi media.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tulisan dengan judul "Model Literasi Media untuk Anak-Anak Sekolah Dasar dengan menggunakan Multimedia Interaktif Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Salatiga" ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan etnografi komunikasi. Berdasarkan pada pemahaman bahwa etnografi merupakan studi tentang individu-individu yang diamati dalam kondisi yang netral dan alami, maka penulis melakukan pengamatan dalam kehidupan masyarakat Salatiga melalui kegiatan yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Penulis melakukan observasi secara langsung dengan melihat dan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat Salatiga sehari-hari untuk memahami kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Salatiga. Sebagai penelitian etnografi, penulis melakukan pengamatan terhadap budaya dan kearifan lokal masyarakat Salatiga selama 2 tahun terakhir dan ditambah dengan pengamatan penulis sejak tinggal di kota Salatiga pada tahun 1994. Dari pengamatan yang penulis lakukan, penulis menemukan sikap dan kebiasaan hidup masyarakat Salatiga yang saling bekerjasama, menghargai, menghormati dan toleransi. Sikap dan kebiasaan yang merupakan wujud kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Salatiga, yang sudah mulai jarang dimiliki oleh masyarakat lainnya.

Berdasarkan pengamatan penulis, setiap tahun masyarakat Salatiga mempunyai ritual tahunan yang digelar di lapangan Pancasila. Ritual ini merupakan ritual

yang dilakukan oleh umat Muslim dan umat Kristiani ketika merayakan hari besar agama mereka. Pada saat umat Kristiani mengadakan ibadah Natal maupun Paskah di lapangan Pancasila, umat muslim serta jamaah Masjid yang ada di sekitar lapangan Pancasila yang ikut membantu menjaga pengamanan dan menjaga kendaraan jemaat yang hadir. Kebaktian yang sudah dilakukan sejak tahun 1970 itu tidak pernah menimbulkan masalah. Padahal kebaktian ini diadakan di depan Masjid Raya Darul Amal yang terletak satu kompleks dengan IAIN. Begitu juga sebaliknya, pada saat umat Muslim mengadakan sholat Ied di lapangan Pancasila untuk memperingati hari raya Idhul Fitri serta hari raya Idhul Adha, umat Kristiani yang ikut menjaga keamanan jalannya ibadah dan menjaga kendaraan mereka.

Pada wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 21 Juli 2017 ini, bapak Jarwadi menjelaskan bahwa budaya masyarakat Salatiga itu dilandasi oleh budaya Hindu. Pendapat ini didasari oleh beberapa tulisan yang didapat dalam prasasti Plumpungan. "Budaya masyarakat Salatiga cenderung mengikut budaya Solo, dengan toleransi dan gotong royong sebagai kearifan Lokal yang dimiliki oleh Masyarakat Salatiga" (Bapak Jawardi, wawancara 21 Juli 2017).

Toleransi dan gotong royong yang merupakan turunan dari ajaran Pangeran Samber Nyowo (Mangkunegoro) kemudian menjadi dasar dari budaya yang berkembang di Salatiga. Salah satu budaya yang berkembang di Salatiga adalah budaya Saparan yang berkembang dibeberapa daerah, yaitu di daerah Randu Acir, di Tegalrejo dan dibeberapa daerah lainnya yang ada di Salatiga.

Pak Jawardi juga menjelaskan perbedaan budaya saparan yang dilakukan di daerah Randu Acir dan daerah Tegalrejo.

"Budaya Saparan di daerah Randu Acir dilakukan dengan menggelar pentas Wayang Kulit. Kearifan lokal dari budaya Saparan yang dilakukan oleh masyarakat Randu Acir ini adalah gotong royong, saling menghargai, patuh pada leluhur (wewaler) dan patuh pada orang tua. Di daerah Tegalrejo, budaya aparan yang dilakukan berbeda dengan saparan yang dilakukan di daerah Randu Acir. Ketika melakukan budaya Saparan, masyarakat yang ada di Tegalrejo melakukan bersih desa, bersih masjid dan bersih-bersih daerah lingkungan sekitar mereka. Kearifan lokal dari budaya Saparan yang dilakukan oleh masyarakat Tegalrejo ini adalah gotong royong dalam membersihkan desa dan tempat ibadah. Gotong royong yang dilakukan oleh masyarakat membentuk kebersamaan dan saling pengertian" (Bapak Jawardi, wawancara 21 Juli 2017).

Narasumber lain yang menjadi sumber informasi dalam tulisan ini adalah Bapak Amrih, budayawan Salatiga sekaligus guru di Sekolah Dasar Laboratorium UKSW. Dalam wawancara mendalam pada tanggal 19 Juli 2017 ini, bapak Amrih mengatakan,

"Budaya Salatiga merupakan akulturasi dari beberapa budaya yang ada, khususnya dari budaya Solo dan Yogyakarta. Pengaruh pangeran Samber Nyowo sangat kuat dalam budaya Salatiga. Pangeran Samber Nyowo memberikan ajaran tentang semangat perjuangan dan falsafah hidup mengenai kemandirian, kebebasan dan kebersamaan" (Bapak Amrih, wawancara 19 Juli 2017).

Pernyataan bapak Amrih ini seperti yang tertulis dalam buku "Pangeran Sambernyowo : ringkasan Sejarah Perjuangan", pangeran Sambernyowo yang pada masa kecilnya terkenal dengan nama Raden Mas Said pernah mengalami masa pembuangan oleh Belanda ke Srilangka (Ceylon). Kondisi inilah yang membuat Raden Mas Said hidup merakyat

dan sangat dekat dengan rakyat kecil. Sebagai orang Jawa yang hidup taat dengan budaya Jawa, Raden Mas Said mempunyai kepercayaan, *"Kebatinan pracaya ing widhi, kelairan pracaya ing bala",* yang artinya adalah dalam batinnya percaya Tuhan yang Maha Esa, kelahiran percaya kepada kekuatan wadyabala (Yayasan Mangadeg, 1988 : 8).

Selama masa berperang melawan Belanda, Raden mas Said memiliki prinsip dengan selogan juangnya *"Tiji-Tibeh". Tiji Tibeh* memiliki dua makna, yaitu *mati siji mati kabeh* dan *mukti siji mukti kabeh*. Prinsip ini memiliki makna apabila satu meninggal, maka yang lain akan meninggal. Jika yang satu bahagia, maka yang lain juga akan bahagia, sejahtera satu maka sejahtera semua. Slogan ini menjadi pengikat tali batin antara Gusti (pimpinan) dan kawula (rakyat). Mereka luluh menjadi satu dalam kata dan perbuatan, maju dalam langkah dan derap yang serasi, mereka merupakan keluarga besar yang bagaikan kata pepatah *"serumpun bagai serai, seliang bagai tebu"*, memiliki makna, bersatu hati dalam segala hal (Yayasan Mangadeg, 1988: 21).

Pada perkembangannya prinsip ini menjadi dasar kearifan lokal masyarakat Salatiga. Hal ini terlihat dari penghayatan dan pemahaman para sesepuh dan pinisepuh yang sangat menghidupi ajaran Raden mas Said "*mikul duwur mendem jero*" serta falsafah "Tri Dharma". inilah yang menjadi dasar dalam budaya Salatiga.

Kearifan lokal masyarakat Salatiga dalam bentuk kebersamaan, saling menghargai dan toleransi yang tinggi, juga teraplikasi dalam konser besar bertajuk Lintas Agama yang diadakan oleh komunitas lintas Iman Sobat muda dari kampung Percik dengan tema "Aku, Kau Indonesia Kita' pada tanggal 23 Januari 2016. Konser ini bertempat di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Konser ini melibatkan komunitas-komunitas lintas iman di Salatiga dan sekitarnya seperti Sekolah Tinggi Agama Budha Syailendra, Pondok Pesantren Edi Mancoro, GKI Salatiga, PHDI (Parisada Hindu Dharma Indonesia), Pemuda Desa Pulihan, Jama'ah Ahmadiyah Indonesia, GKJ Sidomukti dan PMII. Dalam konser ini sangat nampak kebersamaan dan kerjasama. Konser ini merupakan wujud dari toleransi beragama yang ada di Salatiga.

Terkait dengan strategi literasi media, dalam penelitian yang digunakan dasar dalam tulisan ini, penulis melakukan wawancara mendalam dengan kepala sekolah dan guru-guru Sekolah Dasar yang ada di kota Salatiga. Bu Padmi, salah satu guru di Sekolah Dasar Negeri 2 Salatiga, dalam wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 23 April 2017 mengatakan bahwa strategi literasi media kepada siswa adalah dengan pendampingan dari guru-guru melalui komunikasi formal dan nor formal.

> "Salah satu dampak yang muncul dari terpaan televisi kepada murid-murid adalah terkait dengan konsentrasi. Karena terlalu banyak mengkonsumsi televisi, beberapa murid yang ada di Sekolah ini menjadi sukar untuk berkonsentrasi dan susah diajak untuk berpikir. Oleh karena itu, guru tidak boleh berhenti untuk mengingatkan secara lisan supaya anak-anak tidak terlalu sering menonton televisi. Mengingatkannya bisa di dalam kelas waktu pelajaran maupun pada saat istirahat dengan cara menasehati anak" (Bu Padmi, wawancara 23 April 2017).

Bu Bangun yang merupakan Kepala Sekolah di Sekolah Dasar Negeri 9 mengatakan perlu

adanya pemahaman penggunaan televisi secara benar oleh orang tua.

"Supaya anak-anak mempunyai pemahaman dan kesadaran dalam menggunakan televisi, perlu ada edukasi di kelas. Edukasi bisa dilakukan dengan menggunakan video maupun dengan memberikan contoh-contoh yang ada. Selain edukasi kepada siswa di kelas, orang tua juga perlu diberikan pemahaman tentang penggunaan televisi secara benar" (Bu Bangun, wawancara 16 Mei 2017).

Berdasarkan pernyataan ini, maka dalam wawancara mendalam pada tanggal 16 Mei 2017 ini, bu Bangun akhirnya justru meminta kepada penulis untuk memberikan materi tentang literasi media kepada orang tua murid dan kepada siswa-siswi di Sekolah Dasar Negeri 9.

Pak Amrih, guru Sekolah Dasar Laboratorium UKSW serta budayawan salatiga memiliki pendapat yang agak berbeda dengan pendapat bu Padmi dan bu Bangun. Pada wawancara mendalam pada tanggal 2 Juni 2017, pak Amrih mengatakan,

"Untuk mengingatkan dan menyadarkan anak-anak dalam menggunakan televisi, perlu ada media yang digunakan. Misalnya seperti yang saya lakukan pada saat ini. Untuk mengingatkan anak-anak tentang budaya Salatiga, saya membuat buku cerita tentang budaya Salatiga. Tujuannya supaya anak-anak tahu dan tidak melupakan budaya Salatiga. Begitu juga untuk televisi. Kita bisa menggunakan buku cerita atau komik untuk mengingatkan anak-anak supaya menonton televisi secara benar" (Pak Amrih, wawancara 2 Juni 2017).

Literasi media merupakan sebuah alternatif untuk memberdayakan masyarakat dari kepungan media. Literasi media memiliki tujuan supaya masyarakat memiliki kemampuan untuk memilih dan memilah pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Konsep ini memiliki tujuan untuk mendidik publik supaya mampu berinteraksi dan memanfaatkan media secara cerdas dan kritis. Akibatnya, publik tidak mudah dibodohi media dan tidak mudah dieksploitasi media untuk kepentingan-kepentingan yang tidak berpihak pada kebutuhan publik. Tindakan konkret melek media adalah pendidikan dan pelatihan bagi publik supaya mampu memahami isi media, mampu mengakses dan menggunakan media, serta mampu berkomunikasi melalui media secara interaktif.

Pada saat ini, literasi media merupakan keahlian yang harus dimiliki oleh setiap orang ditengah gempuran informasi yang tidak bisa dibendung lagi, baik dari media elektronik maupun dari media digital. Banjir informasi yang tidak dapat dibendung, membuat setiap orang harus bijaksana dalam memilih pesan-pesan yang akan dikonsumsi. Di tengah gempuran infomasi ini, bisa dipastikan seorang individu tidak akan bisa bertahan apabila tidak memiliki kemampuan untuk menerima dan mengelola informasi secara bijaksana. Hal inilah yang menjadi kekuatiran untuk anak-anak Sekolah Dasar, khususnya yang ada di Salatiga.

Kekhawatiran ini muncul karena tidak semua anak-anak Sekolah Dasar memiliki kemampuan untuk menerima dan mengelola informasi secara bijaksana. Tidak semua anak Sekolah Dasar merupakan khalayak aktif yang memiliki kemampuan untuk menerima dan mengelola informasi secara bijaksana. Frank Biocca (1988) membedakan *audience* atau khalayak menjadi khalayak aktif dan pasif. Beberapa karakteristik yang dimiliki oleh khalayak aktif adalah: Pertama, khalayak aktif dianggap selektif ketika mengkonsunmsi media yang akan digunakan. Kedua, utilitarianisme

(utilitarianism), audience dianggap aktif apabila ketika mengkonsumsi suatu media selalu dilatarbelakangi kepentingan dan tujuan. Mereka mengkonsumsi media untuk memenuhi kepentingan serta kebutuhan yang mereka miliki. Karakteristik yang ketiga adalah intensionalitas *(intentionality),* yaitu menggunakan secara sengaja. *Audience* aktif ketika mengkonsumsi suatu media tidak hanya 'sekedar' menonton saja, tetapi dalam setiap aktifitas menonton yang mereka lakukan selalu dilakukan secara sengaja. Keempat, keikutsertaan *(involvement),* yaitu alasan yang selalu menyertai ketika mereka mengkonsumsi media. Kelima, khalayak aktif dianggap sebagai khalayak yang tidak mudah terpengaruh dan tidak mudah dibujuk oleh rayuan media (Littlejohn & Gray, 2001, p. 333). Kemudian, yang dimaksud dengan *audience* pasif adalah *audience* yang tidak dapat membedakan mana informasi yang layak dan patut di konsumsi, mana yang tidak.

Berdasarkan pengelompokan yang dilakukan oleh Frank Biocca ini, anak-anak Sekolah Dasar sebagian besar bisa dikelompokkan ke dalam audience yang pasif. Oleh karena itu literasi media merupakan urgensi bagi generasi muda ini. Menurut Nina Armando (2010), ada tiga manfaat dari literasi media untuk generasi muda ini, yaitu pertama membantu anak belajar berpikir, merenung dan meraih pengetahuan baru serta menghubung-hubungkan berbagai gagasan. Kedua, melatih anak untuk berpikir kritis, dan ketiga membantu anak untuk menikmati kegiatan mereka. Literasi media membuat anak berpikir kritis dan tidak begitu saja menerima pesan dari media seperti apa adanya.

Ada berbagai cara dan strategi yang dapat dilakukan untuk literasi media. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh setiap masyarakat. Kellner dalam bukunya "Budaya Media: *Cultural Studies*, Identitas dan Politik, antara Modern dan Postmoder" mengatakan bahwa masyarakat sebetulnya dapat menolak pengaruh-pengaruh budaya media dengan menggunakan budaya yang mereka miliki. Pesan-pesan dominan yang disampaikan oleh media massa dan penciptaan pembacaan serta pemanfaatan pribadi terhadap budaya yang diproduksi secara masal oleh media dapat difilter dengan menggunakan budaya yang mereka miliki. Budaya yang dimiliki oleh masyarakat ini dapat digunakan sebagai sumber pemberdayaan diri mereka dan menciptakan makna identitas dan bentuk kehidupan mereka sendiri.

Menurut Kellner, salah satu cara yang dapat digunakan untuk menciptakan masyarakat yang cerdas dalam menggunakan media adalah dengan menggunakan budaya mereka sendiri. Dalam pandangan Kellner, budaya yang dihidupi oleh suatu masyarakat, dapat digunakan sebagai filter dalam menghadapi terpaan dari media massa yang nota bene menyampaikan pesan-pesan dengan berdasarkan pada budaya asing. Tidak bisa dipungkiri, selama ini media massa cenderung menyajikan tayangan dan menyampaikan informasi-informasi dengan latar belakang budaya asing. Pesan-pesan yang disampaikan oleh media merupakan konstruksi dari nilai-nilai budaya asing yang tidak jarang justru bertentangan dengan budaya yang kita miliki. Literasi

media dengan berdasarkan pada budaya dan kearifan lokal yang dimiliki masyarakat kita, akan membuat generasi muda kita mengerti dan mememahami budaya dan kearifan lokal yang diturunkan oleh nenek moyang mereka. Di sisi yang lain, kearifan lokal yang dimiliki oleh suatu masyarakat, akan menjadi tameng dalam menghadapi terpaan televisi.

Kearifan lokal yang merupakan manifestasi dari ajaran-ajaran budaya yang dihidupi oleh suatu masyarakat lokal, dapat digunakan sebagai filter untuk menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri, termasuk budaya-budaya asing yang terpublikasi ke masyarakat melalui media massa. Nilai-nilai budaya serta kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat dapat digunakan sebagai dasar pada saat menginterpretasikan pengalaman yang mereka peroleh dari media massa, sehingga tingkah laku sosial yang terbentuk merupakan tingkah laku sosial yang sesuai dengan budaya masyarakat itu bukan tingkah laku sosial yang berdasarkan budaya media.

Mengacu dari pendapat Kellner, kearifan lokal masyarakat Salatiga juga dapat digunakan sebagai filter dalam menghadapi terpaan televisi. Hanya saja, penerapan kearifan lokal sebagai filter dalam menghadapi terpaan televisi bukan suatu hal yang mudah. Mengingat dalam era globalisasi pada saat ini, banyak generasi muda yang tidak lagi mengerti, memahami dan menghidupi kearifan lokal dari budaya yang mereka miliki. Budaya luar yang masuk melalui media massa lebih banyak mempengaruhi hidupnya dibandingkan dengan budaya dan kearifan lokal yang mereka miliki. Sekalipun banyak generasi muda yang tidak memahami tentang budaya dan kearifan lokal masyarakat Salatiga, tetapi kearifan lokal dan budaya masyarakat Salatiga masih diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat kita lihat dengan jelas dalam kehidupan masyarakat Salatiga dalam setiap harinya.

Sebagai kota kecil yang terletak di di lereng gunung Merbabu, Salatiga memiliki kearifan lokal yang sangat agung dan dihidupi oleh masyarakat Salatiga dalam kehidupan sehari-hari. Letak kota Salatiga yang berada di jalur regional Jawa Tengah yang menghubungkan kota Semarang, Yogyakarta dan Solo, membuat budaya yang dimiliki oleh masyarakat Salatiga sangat dipegaruhi oleh budaya yang bertumbuh di ketiga kota ini. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Pak Amrih dalam wawacara mendalam pada tanggal 19 Juli 2017 yang mengatakan, "Budaya Salatiga merupakan akulturasi dari beberapa budaya yang ada, khususnya dari budaya Solo dan Yogyakarta". Budaya Solo dan budaya Yogyakarta ini menjadi dasar dari budaya yang berkembang di Salatiga.

Posisi kota Salatiga yang lebih dekat dengan kota Solo dibandingkan dengan kota Yogyakarta, membawa pengaruh yang sangat besar dalam perkembangan budaya Salatiga. Pada perkembangannya, budaya Salatiga sangat dipengaruhi oleh budaya Solo. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Jarwadi, kepala dinas Kebudayaan Salatiga dalam wawancara mendalam yang dilalukan pada tanggal 21 Juli 2017, bahwa budaya masyarakat Salatiga cenderung mengikut budaya Solo, dengan toleransi dan gotong royong sebagai kearifan Lokal yang mereka miliki. Pak Amrih,

budayawan yang ada di Salatiga mengatakan, "Pengaruh pangeran Sember Nyowo sangat kuat dalam budaya Salatiga. Pangeran Sember Nyowo memberikan ajaran tentang semangat perjuangan dan falsafah hidup mengenai kemandirian, kebebasan, gotong royong dan kebersamaan" (Pak Amrid, wawancara 21 Juli 2017).

Pada buku "Pangeran Sambernyowo: ringkasan Sejarah Perjuangan" (2008), Pangeran Sambernyowo yang terkenal dengan nama Raden mas Said memiliki prinsip dengan selogan juangnya "Tiji-Tibeh", yang memiliki makna mati siji mati kabeh dan mukti siji mukti kabeh (Satu meninggal, maka yang lain akan meninggal. Kalau yang satu bahagia, maka yang lain juga akan bahagia, sejahtera satu maka sejahtera semua). Prinsip ini yang membuat rakyat menjadi satu dalam kata dan perbuatan, maju dalam langkah dan derap yang serasi, mereka merupakan keluarga besar yang bagaikan kata pepatah *"serumpun bagai serai, seliang bagai tebu"*, memiliki makna, bersatu hati dalam segala hal (Yayasan Mangadeg, 1988: 21). Dalam perkembangannya, prinsip ini menjadi dasar hidup masyarakat Salatiga yang diterapkan dalam bentuk kebersamaan, saling menghargai dan toleransi. Prinsip-prinsip ini tetap dihidupi dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, yang dapat kita lihat dan amati sampai saat ini. Semangat kebersamaan, saling menghargai dan toleransi dapat kita lihat dari budaya yang berkembang di beberapa daerah yang ada di kota Salatiga dalam bentuk Saparan, maupun dalam ritual keagaman yang terjadi ditengah-tengah masyarakat Salatiga. Sikap saling menghargai dan membantu ketika umat yang satu melakukan ritual keagamaan ketika memperingati hari besar keagamaan mereka, menjadi bukti nyata kearifan lokal masyarakat salatiga dalam bentuk toleransi yang masih dijunjung sangat tinggi. Makanya tidak heran kalau dalam beberapa tahun terakhir ini kota Salatiga mendapat predikat sebagai kota paling toleran nomor dua di Indonesia.

Terkait dengan literasi media, budaya yang dimiliki oleh masyarakat Salatiga ini juga dapat digunakan sebagai filter dari pengaruh-pengaruh yang diberikan oleh media massa, maupun dari budaya-budaya yang disampaikan oleh media. Perkembangan teknologi yang sangat cepat dan pesat, membuat setiap kita tidak bisa menghindari dari teknologi dan dari pengaruh pesan yang disampaikan oleh teknologi tersebut. Rasanya menjadi hal yang sangat mustahil kalau untuk menghindari pengaruh dari teknologi dan dari pesan yang disampaikan, kemudian setiap individu berusaha tidak menggunakan teknologi tersebut. Artinya, kita tidak bisa menentang faktor eksternal untuk menghindari pengaruh media. Hal yang bisa kita lakukan adalah memperkuat faktor internal dalam diri kita, sebagai usaha memperkuat fondasi dalam menghadapi terpaan media. Salah satunya adalah dengan menggunakan kearifan lokal yang kita miliki.

Kearifan lokal masyarakat Salatiga dalam bentuk kebersamaan, gotong royong, saling menghargai dan toleransi dapat digunakan sebagai dasar dalam melakukan literasi media. Maksudnya, ajaran untuk membangun hidup secara bersama-sama, saling menghargai dan toleransi, dapat digunakan sebagai dasar hidup bagi setiap orang yang ada di Salatiga ketika

mendapat terpaan dari media massa. Ketika masyarakat Salatiga (termasuk anak-anak Sekolah Dasar) mengerti dan menghidupi prinsip hidup kebersamaan, gotong royong, saling menghargai dan menghormati, maka dasar hidup ini dapat digunakan sebagai tameng untuk menentukan mana ajaran-ajaran dari televisi yang dapat dikonsumsi dan mana yang tidak. Pesan-pesan dari televisi mana saja yang sesuai dengan prinsip hidup yang mereka miliki, dan mana yang tidak. Di sisi lain, kearifan lokal masyarakat Salatiga ini dapat dikemas dalam bentuk media pembelajaran, sebagai strategi literasi media.

Literasi media yang dilakukan untuk anak-anak Sekolah Dasar yang ada di Salatiga adalah model literasi media dengan berbasiskan pada toleransi, kebersamaan, saling menghargai dan gotong royong yang merupakan kearifan lokal masyarakat Salatiga. Kearifan lokal ini menjadi dasar ajaran dalam menyampaikan penyadaran tentang penggunaan media televisi secara cerdas.

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk melakukan literasi media untuk anak-anak Sekolah Dasar yang ada di Salatiga. Berdasarkan wawancara dengan beberapa guru dan kepala Sekolah Dasar yang ada di Salatiga, ada tiga strategi yang dapat digunakan dalam melakukan literasi media. Bu Padmi, salah satu guru di Sekolah Dasar Negeri 2 Salatiga, mengatakan,

> "Guru tidak boleh berhenti untuk mengingatkan secara lisan supaya anak-anak tidak terlalu sering menonton televisi. Mengingatkannya bisa di dalam kelas waktu pelajaran maupun pada saat istirahat dengan cara menasehati anak" (Bu Padmi, wawancara 23 April 2017).

Bu Bangun, Kepala Sekolah di Sekolah Dasar Negeri 9 mengatakan,

> "Supaya anak-anak mempunyai pemahaman dan kesadaran dalam menggunakan televisi, perlu ada edukasi di kelas. Edukasi bisa dilakukan dengan menggunakan video maupun dengan memberikan contoh-contoh yang ada. Selain edukasi kepada siswa di kelas, orang tua juga perlu diberikan pemahaman tentang penggunaan televisi secara benar" (Bu Bangun, wawancara 16 Mei 2017).

Pak Amrih, guru Sekolah Dasar Laboratorium UKSW serta budayawan salatiga mengatakan,

> "Untuk mengingatkan dan menyadarkan anak-anak dalam menggunakan televisi, perlu ada media yang digunakan. Misalnya dalam bentuk buku cerita komik untuk mengingatkan anak-anak supaya menonton televisi secara benar" (Pak Amrih, wawancara 2 Juni 2017).

Berdasarkan hasil wawancara ini, ada tiga strategi yang dapat digunakan untuk melakukan literasi media kepada anak-anak, yaitu *pertama*, Melalui komunikasi secara lisan dan informal untuk mengingatan dan melakukan pendampingan. *Kedua*, melakukan edukasi kepada orang tua dan siswa secara tatap muka maupun dengan menggunakan media interaktif. *Ketiga*, dengan menggunakan media pembelajaran seperti menggunakan buku cerita, komik maupun dengan menggunakan media interaktif.

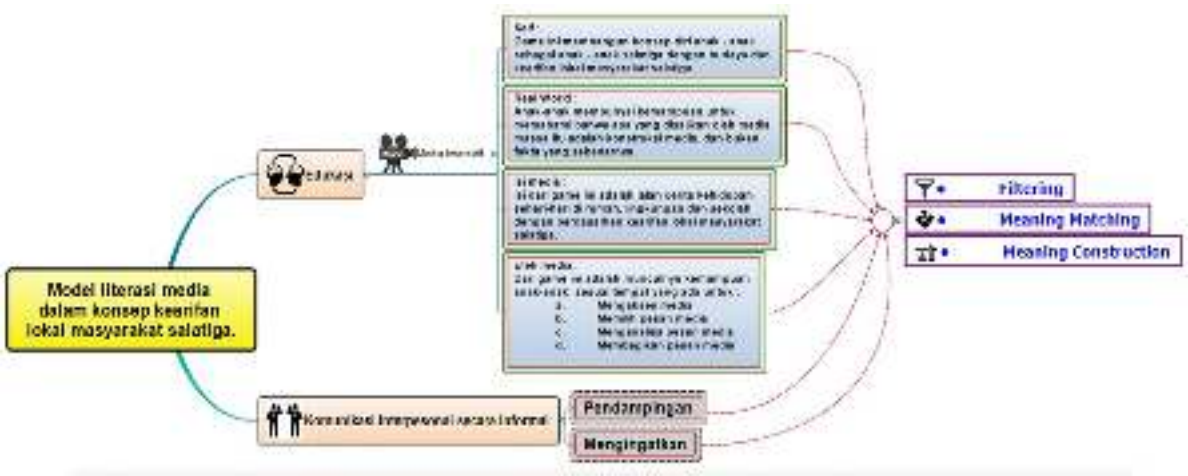
Berdasarkan pemetaan kearifan lokal masyarakat Salatiga yang dapat digunakan sebagai filter dalam menghadapi terpaan media, dan berdasarkan pemetaan strategi literasi media dari guru-guru dan dari kepala sekolah, maka dapat dibuat model literasi media. Mengacu dari pendapat Potter (2004: 33), Model literasi media menekankan empat faktor utama. Faktor yang pertama adalah struktur pengetahuan. Struktur pengetahuan ini nanti akan bekerjasama dengan faktor kedua, yaitu lokus pribadi. Pada lokus pribadi inilah keputusan tentang pemrosesan informasi itu terjadi. Faktor ketiga adalah kompetensi dan

keterampilan seseorang, yang merupakan alat pengolah informasi. Faktor keempat adalah arus tugas pengolahan informasi. Keempat faktor tersebut bekerja sama secara interaktif dalam sebuah sistem.

Dibutuhkan struktur pengetahuan yang kuat yang didasari dengan lima komponen untuk membangun dasar dari literasi media. Kelima komponen tersebut adalah efek media, isi media, industri media, *real world* dan *self*. Komponen-komponen tersebut menjadi dasar bagaimana orang akan memahami tentang proses pengolahan informasi dan membuat mereka menjadi lebih mampu membuat keputusan yang lebih baik ketika mencari informasi, bekerja dengan informasi itu, dan memberikan makna terhadap informasi itu sehingga bermanfaat untuk kehidupan mereka. Berdasarkan pemahaman yang diberikan oleh Potter ini, maka model literasi media dengan menggunakan media interaktif dalam konsep kearifan lokal masyarakat Salatiga seperti *flowchard* (Gambar 2.).

Literasi media dengan berdasarkan pada kearifan lokal masyarakat Salatiga dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui komunikasi antar personal secara informal, dan melalui edukasi dengan menggunakan media interaktif, khususnya dengan menggunakan game. Model literasi melalui komunikasi antar personal dapat dilakukan oleh guru-guru dengan cara memberikan nasihat dan terus mengingatkan kepada siswa-siswi tentang dampak dari tayangan televisi. Kearifan lokal masyarakat Salatiga digunakan sebagai dasar ketika guru memberikan nasihat kepada murid-muridnya melalui komunikasi antar personal yang dilakukan secara informal.

Edukasi dilakukan dengan menggunakan media interaktif, khususnya dengan menggunakan game. Melalui pesan-pesan kearifan lokal yang disampaikan dengan menggunakan game ini, maka akan muncul : pertama, efek dari media (khususnya televisi) yang sesuai dengan setting yang ditampilkan dari game tersebut. Melalui game ini, efek yang muncul adalah anak-anak dapat mengakses televisi, dapat memilih pesan-pesan yang disampaikan oleh televisi, dapat menganalisa pesan yang disampaikan oleh televisi serta bijak dalam



Gambar 2. Model Literasi Media dengan menggunakan multimedia interaktif berbasis kearifan lokal masyarakat Salatiga.
(Sumber : Data Peneliti 2017)

menyebarkan pesan-pesan yang dia dapat dari televisi.

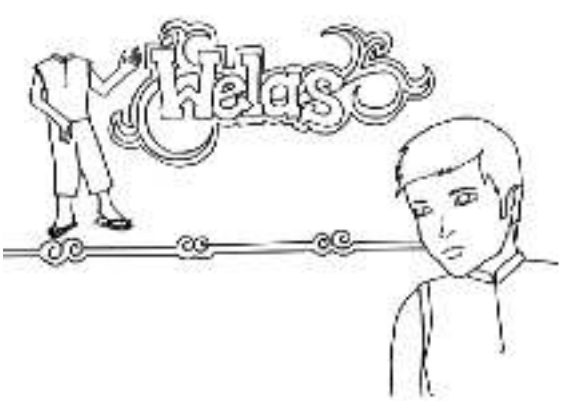
Kedua, isi media. Melalui game ini, anak-anak akan dapat mengerti, memahami dan yang akhirnya akan menghidupi kearifan lokal masyarakat Salatiga yang diajarkan melalui game tersebut. Ketiga, melalui game ini, anak-anak akan paham tentang realita dunia yang sebenarnya, bukan berdasarkan dari konstruksi yang dibangun oleh media. Keempat, game ini akan membangun konsep diri anak-anak, bahwa mereka adalah anak-anak Salatiga dengan identitas diri sebagai orang Salatiga.

Model literasi dengan menggunakan edukasi ini dilakukan dengan menggunakan multimedia, khususnya dengan menggunakan game. Literasi media dilakukan dengan menggunakan game edukasi dalam bentuk cerita kehidupan sehari-hari. Pada game ini seorang anak memainkan salah satu peran di dalam game itu. Game dibuat dengan setting kota Salatiga dan dengan latar belakang budaya Salatiga. Game disajikan dengan menampilkan tokoh-tokoh sebagai gambaran anak-anak Salatiga. Nama tokoh-tokoh utama adalah Welas dan Asih. Welas dan Asih merupakan nama dengan menggunakan bahasa Jawa yang memiliki arti belas kasihan dan memiliki kasih. Belas kasihan dan kasih merupakan aplikasi dari kearifan lokal masyarakat Salatiga, yaitu toleransi, kebersamaan, saling menghargai dan menghormati. Tokoh Welas dan Asih seperti pada Gambar 3. dan Gambar 4.

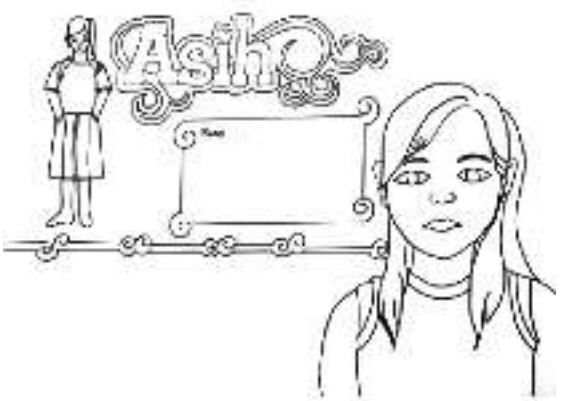
Melalui edukasi dan komunikasi antar personal yang dilakukan secara informal, maka anak akan dapat menyaring semua pesan yang dia terima dari televisi. Setelah anak-anak dapat menyaring, maka kemudian mereka dapat memberikan makna secara tepat berdasarkan potongan-potongan pesan yang mereka dapat dari televisi. Tahapan yang terakhir adalah anak-anak memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi pesan secara tepat, berdasarkan dari pesa-pesan yang mereka terima dari televisi.

Simpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut, (1) Budaya Masyarakat Salatiga sangat dipengaruhi oleh budaya masyarakat Solo, Yogyakarta dan Semarang. Pada perkembangannya budaya Salatiga sangat dipengaruhi oleh budaya masyarakat Solo dengan berdasarkan pada ajaran Pangeran Samber Nyowo. Ajaran Pangeran Samber Nyowo inilah yang akhirnya menjadi dasar



Gambar 3. Tokoh Welas



Gambar 4. Tokoh Asih

(Sumber : Data Peneliti 2017)

kearifan lokal masyarakat Salatiga; (2) Kearifan lokal masyarakat Salatiga yang dapat digunakan sebagai dasar literasi media adalah prinsip hidup kebersamaan, saling menghargai, gotong royong dan toleransi; (3) Literasi media dengan berdasarkan pada kearifan lokal masyarakat Salatiga dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui komunikasi antar personal secara informal, dan melalui edukasi dengan menggunakan media interaktif, khususnya dengan menggunakan game. Model literasi melalui komunikasi antar personal dapat dilakukan oleh guru-guru dengan cara memberikan nasihat dan terus mengingatkan kepada siswa-siswi tentang dampak dari tayangan televisi. Edukasi dilakukan dengan menggunakan media interaktif, khususnya dengan menggunakan game.

Budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh suatu masyarakat dapat digali dan dipetakan sebagai model dalam menghadapi terpaan media. Ini menjadi pekerjaan rumah buat kita semua. Di satu sisi, gerakan ini akan membantu melestarikan budaya yang dimiliki oleh masyarakat kita, di sisi yang lain, budaya dan kearifan lokal yang dimiliki oleh suatu masyarakat dapat digunakan sebagai filter dalam menghadapi terpaan media, khususnya televisi.

Daftar Pustaka:

Birowo, Mario Antonius dan Rini Darmastuti. (2015). *Strategi Literasi Media pada Remaja Yogyakarta dengan Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Yogyakarta. Laporan Penelitian.* Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Considine, David. *The Journal of Media Literacy, Volume 41, Number 2*.

Douglas, K. (2010). *Budaya Media : Cultural Studies, Identitas, dan Politik : Antara Modern dan Posmodern*. Yogyakarta: Jalasutra.

Littlejohn,Stephen W. (2001). *Theories of Human Communication Fifth Edition*. New York: Wadsworth Publishing Company

Potter, W. J. (1998). *Media Literacy*. Thousand : SAGE Publications

_____. (2004). *Theory of Media Literacy : A Cognitive Approach*. California: Sage Publications.

_____. (2008). *Media Literacy* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications Inc.

Purnomo, Jusuf Tjahjo dan Rini Darmastuti. (2016). *Model Literasi Media dalam Konsep Kearifan Lokal Masyarakat Samin. Laporan Penelitian Hibah Bersaing*. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.

Tim Teknis Sejarah Pejuangan Pangeran Sambernyowo. (1988). *Pangeran Sambernyowo : ringkasan Sejarah Perjuangan.* 1988. Surakarta : Yayasan Mangadeg Surakarta.

Internet :

Armando, Nina M. (2010). Menjadikan Media sebagai Sumber Belajar. *https://sutamto.wordpress.com/2010/11/06/menjadikan-media-sebagai-sumber-belajar/*, diakses 20 Oktober 2017.

Nielsen: Konsumsi Media Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia. http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/Tren-Baru-di-Kalangan-Pengguna-Internet-di-Indonesia.html, diakses 20 Nopember 2017.

Nielsen: Komsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa (2014) diakses dari http://www.nielsen.com/id/en/pressroom/2014/nielsenkonsumsimedialebihtinggidiluar-jawa.html, diakses 29 Mei 2016.

PERSUASI PENGURANGAN PENGGUNAAN KANTONG PLASTIK MELALUI NARASI DAN PERSEPSI RESIKO

Gumgum Gumelar
Universitas Negeri Jakarta
Jl. Rawamangun Muka, Rawamangun, Jakarta Timur, 13220.
Telp. (021) 4898486, Email : ggumelar@unj.ac.id

Abstract

Studies on the effect of persuasion message in a pro-environmental behavior context have been focused on the utilization of argumentative massage type to ensure changes in individual's behavior. The purpose of this research is to testing whether persuasion narration on type message, based on the risk in mediation by drifting, can reduce the use of plastic bag. This research method used an experimental method by giving manipulation in reading the material form and fill three instruments for 167 respondents. The result suggests that health-risk framing messages were more likely increase pro-environmental behaviors in use reduction of plastic bags compares to environmental-risk framing messages. This effect appears due to the historical transportation process. This research contributes to literacy of the community of reducing the use of a plastic bag to improve environmentally friendly behavior.

Keywords: *Plastic bags, Pro-environmental, persuasion, risk.*

Abstrak

Penelitian mengenai efek pesan persuasi pada perilaku ramah lingkungan memfokuskan kepada penggunaan tipe pesan argumentasi dalam mengubah perilaku seseorang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah persuasi narasi dalam tipe pesan, berdasarkan resiko yang di mediasi oleh keterhanyutan, mampu mengurangi penggunaan kantong plastik. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimen dengan pemberian manipulasi berupa bahan bacaan dan mengisi 3 skala pada 167 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa risiko kesehatan lebih mampu meningkatkan perilaku ramah lingkungan berupa pengurangan penggunaan kantong plastik dibandingkan tipe pesan dengan risiko lingkungan. Efek ini terjadi karena melalui proses keterhanyutan. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa literasi masyarakat mengenai pengurangan penggunaan kantong plastik yang dapat meningkatkan perilaku ramah lingkungan.

Kata Kunci: kantong plastik, ramah lingkungan, persuasi, risiko.

Pendahuluan

Perubahan iklim, polusi udara, limbah dan isu-isu lingkungan lainnya memiliki dampak pada pemanasan global. Pemanasan global mengakibatkan terjadinya bencana alam yang tidak hanya merusak lingkungan, tetapi juga dapat memiliki pengaruh negatif pada seluruh orang di dunia ini. Seperti yang dijelaskan oleh Doherty dan Clayton (2011: 265) bahwa perubahan iklim global diperkirakan memiliki efek negatif pada kesejahteraan dan kesehatan mental individu.

Bencana alam dapat menyebabkan *posttraumatic stress disorder*, masalah tidur, depresi, penyalahgunaan obat dan alkohol, tingkat bunuh diri yang tinggi (Fritze, Blahki, Burke, & Wiseman, 2008: 3). Masalah bencana alam ini juga terjadi di Indonesia. Kebakaran hutan di Sumatera dan Kalimantan, banjir dan tanah longsor di beberapa kota di Indonesia, membuat sebagian masyarakat kehilangan atau mengungsi dari rumah tinggalnya sehingga mengakibatkan masalah psikologis yang timbul pada mereka yang terdampak

bencana. Perubahan iklim global yang terus memburuk, bencana alam berpeluang untuk terus meningkat.

Bencana alam yang akan terjadi dengan perubahan iklim menjadi kepedulian di kalangan peneliti di bidang komunikasi. Usaha untuk mempromosikan perilaku ramah lingkungan *(pro-environmental behavior)* dalam mengurangi dampak global dari rusaknya lingkungan hidup terus berkembang. Secara tradisional, aktivis ramah lingkungan selama ini mengandalkan bukti statistik yang didukung oleh argumentasi yang rasional dan fakta untuk mempromosikan perilaku ramah lingkungan. Namun, selama sepuluh tahun terakhir sejumlah studi telah menemukan bahwa bentuk-bentuk narasi komunikasi, seperti cerita dan testimonial lebih persuasif dan efektif mengkomunikasikan informasi dan pesan persuasi (Green & Brock, 2000: 702; Kreuter dkk, 2007: 224).

Belum berhasilnya usaha pelestarian alam dalam penggunaan produk ramah lingkungan dikarenakan sikap skeptis yang muncul. Salah satu contoh sikap skeptis terhadap persuasi ramah lingkungan adalah penggunaan kantong plastik. Kita masih menggunakan kantong plastik karena kita tidak percaya atau mungkin tidak peduli bahwa kantong plastik perlu waktu yang begitu lama untuk terdekomposisi. Walaupun dalam beberapa pesan persuasi telah menunjukkan penelitian tentang kantong plastik dapat mengakibatkan kerusakan alam karena proses terurainya membutuhkan waktu 20 sampai dengan 1.000 tahun untuk bisa benar-benar terdekomposisi, akan tetapi hal tersebut tidak mengurangi penggunaan kantong plastik. Padahal Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia http://ylki.or.id/2011/11/belanja-tanpa-kantong-plastik/ dan Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (http://dietkantongplastik.info/2016/10/13/kebijakan-kantong-plastik-berbayar-kontraproduktif/) telah melakukan kampanye akan hal tersebut.

Menurut peneliti, hal ini disebabkan usaha persuasi (kampanye) yang digunakan cenderung menggunakan informasi, data, statistik *(argument-driven messages)* sebagai bentuk persuasinya. Walaupun penelitian persuasi dengan pesan argumen telah menunjukkan bahwa bukti statistik lebih persuasif dibandingkan dengan persuasi narasi (Ah Yun & Massi, 2000: 307; Hoeken, 2001: 427; Hoeken & Hustinx, 2009: 491; Hornikx, 2007: 152; Slater & Rouner, 2002: 174), karena data statistik lebih kuat memberikan alasan yang logis dan rasional untuk dapat dipercaya. Selain itu informasi atau data argumen dapat membuat persepsi kredibilitas pesan dan sumber yang akan menghasilkan penerimaan pesan yang lebih persuasif. Akan tetapi seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa perilaku ramah lingkungan belum juga memberikan peningkatan yang berarti. Selain macam pesan (argumentatif vs naratif), efek persuasi juga dipengaruhi oleh cara pembingkaian informasi. Rothman dkk (1993: 409) menjelaskan pembingkaian pesan sebagai proses penyajian pesan untuk dapat mempengaruhi individu.

Upaya untuk meningkatkan efektifitas narasi sebagai media persuasi, Green dan Brock (2000: 701) mencoba untuk meneliti

dampak persuasif narasi untuk melihat sejauh mana penerima yang "hanyut' ke dunia narasi dan menjadi bagian dari protagonis lebih mudah terpersuasi.

Keberhasilan narasi sebagai pesan yang persuasif ditentukan oleh seberapa dalam individu masuk kedalam "cerita" tersebut. Proses tersebut disebut dengan *transportation* (Green, 2013: 478). Proses ini dalam beberapa literatur ilmiah secara konseptual memiliki definisi yang hampir sama dengan beberapa istilah seperti: *Identification* (Cohen, 2001: 261), *presence* (Biocca, 2002: 102), *narrative engagement (*(Busselle & Bilandzic, 2009: 322) *Absorption* (Slater & Rouner, 2002: 178).

Penelitian yang ada selama ini telah menguji berbagai aspek keterhanyutan dalam narasi untuk menjelaskan bahwa proses ini dapat memiliki dampak yang signifikan dalam merubah sikap dan keyakinan pembaca. Penelitian Green dan Brock merangsang para peneliti untuk menganalisis berbagai aspek keterhanyutan dalam narasi. Penelitian baru dirancang untuk menjelaskan lebih jauh mengenai proses keterhanyutan dalam narasi yang dapat mempengaruhi pengetahuan dan perilaku, sikap (Green & Brock, 2000: 702), dan keyakinan (Escalas, 2004: 46). Karena keterhanyutan dalam narasi memberikan dampak pada pengetahuan, perilaku, sikap dan keyakinan, maka meneliti cara untuk meningkatkan keterhanyutan seseorang dalam narasi akan menjadi cara yang efektif dalam memodifikasi sikap, keyakinan, intensi dan perilaku dari individu. Hasil peningkatan keterhanyutan dalam narasi memiliki makna khusus bagi para pemerhati ramah lingkungan yang ingin mengkampanyekan perilaku ramah lingkungan yang selama ini belum terlalu sukses meyakinkan pentingnya perilaku ramah lingkungan.

Penelitian mengenai keterhanyutan dalam narasi menunjukkan keberhasilan dalam mempersuasi individu, akan tetapi beberapa penelitian juga telah menemukan bahwa keterhanyutan tidak konstan tetapi bisa sangat bervariasi tergantung pada individu dan narasi. Individu sering tidak mengalami keterhanyutan pada saat yang sama atau pada tingkat yang sama (Wang & Calder, 2006: 155). Demikan pula yang dijelaskan oleh Green dan Brook (2004: 719) bahwa tinggi dan rendahnya tingkat keterhanyutan dapat bergantung pada faktor-faktor seperti atribut dari pesan (misalnya, kualitas cerita, instruksi, kejelasan) dan atribut individu (misalnya, *transportability* dari individu).

Narasi persuasi dapat digunakan untuk mengatasi resistensi. Resistensi didefinisikan sebagai *"people's motivated effort to defend an attitude against change"* (Cin, Zanna, & Fong, 2004: 177). Keterhanyutan dalam narasi dapat mengatasi resistensi dengan mengurangi perhatian terhadap kontradiksi apapun serta mengurangi efek dari paparan narasi terduga (Cin, Zanna, & Fong, 2004: 178). Individu, ketika benar-benar "hanyut" dalam sebuah cerita, cenderung untuk menurunkan pertahanan keyakinan pribadinya. Menyukai karakter tertentu yang pada akhirnya memiliki efek pada keterhanyutan dalam narasi serta pada efek persuasif dari narasi.

Saat individu memproses narasi, individu menjadi terbenam, hanyut ke dalam dunia narasi, dan terpisah dari dunia mereka sendiri

(Gerrig, 1993: 3; Green & Brock, 2000: 702, 2005: 118). Green dan Brock (2000: 702) menjelaskan keterhanyutan dalam narasi terjadi saat semua sistem mental dan kapasitasnya menjadi fokus pada peristiwa yang terjadi dalam narasi. Sejak mereka meninggalkan dunia mereka sendiri saat membaca narasi.

Pemrosesan narasi dapat dianggap jenis pemrosesan yang berbeda dengan pemrosesan analitik. Pada penelitian konsumen, keterhanyutan dalam narasi telah secara empiris diuji dan didukung sebagai mendasari mekanisme di mana narasi mampu mengarah pada persuasi (Chang, 2009: 22; Escalas, 2004: 38).

Teori keterhanyutan dalam narasi menjelaskan bahwa pemrosesan narasi mempengaruhi keyakinan, sikap, dan evaluasi dunia dari narasi dan protagonis (Green & Brock, 2000: 702, 2005: 118). Dalam penelitian perilaku konsumen, menunjukkan bahwa narasi iklan, dibandingkan dengan iklan argumentatif, memunculkan lebih banyak *recall* dari isi iklan (Smith dkk, 1995: 736); reaksi afektif (Deighton dkk, 1989: 335; Escalas, 2004: 38); berkurangnya *counterargument* (Deighton dkk, 1989: 335; Escalas, 2004: 38); keterlibatan narasi (Polyorat, Alden & Kim, 2007: 539); dan sikap/evaluasi yang menguntungkan terhadap merek (Escalas, 2004: 38).

Hal lain yang mempengaruhi efekpersuasi yang telah disebutkan sebelumnya, faktor persepsi terhadap resiko menjadi penting pada penelitian mengenai perilaku ramah lingkungan. Faktor ini penting dikarenakan persuasi (sikap dan/atau perubahan niat) tidak dapat terjadi jika seseorang tidak merasakan risiko. Persepsi risiko mengacu pada penilaian subjektif orang tentang kemungkinan suatu peristiwa yang merugikan dan kepedulian mereka tentang konsekuensi (Sjoberg, 2004: 52; Slovic, 1987: 280).

Usaha untuk meningkatkan kelestarian alam salah satunya dengan mengurangi penggunaan plastik, yang perlu terus dipromosikan. Perlu usaha untuk mengurangi penggunaan kantong plastik yang salah satunya dengan membuat pesan/kampanye yang baik. Salah satu upaya tersebut dengan mencoba memasukkan atribut psikologis yaitu persepsi risiko ke dalam bentuk kampanye naratif yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Persepsi risiko didasarkan pada sejumlah faktor psikologis, sosial, budaya, dan kontekstual, serta atribusi terhadap risiko sendiri (Sjoberg, 2004: 52; Slovic, 1987: 283). Penilaian ini melibatkan "keyakinan, sikap, penilaian dan perasaan, serta disposisi budaya dan sosial seseorang yang mereka fahami mengenai bahaya dan manfaat untuk diri mereka (Pidgeon dkk, 1992: 89). Oleh karena itu persepsi risiko dengan probabilitas tujuan yang sama (yaitu, risiko probabilistik penilaian) dapat dirasakan berbeda oleh orang yang sama (Slovic, 1987: 283).

Penelitian mengenai persepsi terhadap risiko menjadi penting dalam persuasi. Akan tetapi perlu dipertimbangkan tentang perbedaan dari jenis risiko yang terkait dengan tema dari penelitian ini yaitu risiko kesehatan dan risiko lingkungan.

Risiko kesehatan manusia adalah risiko yang mudah dilihat secara langsung dan terutama mempengaruhi manusia, tanpa efek samping yang jelas pada unsur-unsur non-manusia dari ekosistem. Risiko yang termasuk

dalam kategori ini termasuk kanker, serangan jantung, dan HIV / AIDS (Kahlor dkk, 2006: 163). Sedangkan risiko lingkungan adalah ancaman terhadap manusia dan hal yang dihasilkan oleh manusia karena perubahan lingkungan, baik sistemik atau kumulatif, ditularkan melalui lingkungan alam dengan konsekuensi negatif bagi manusia dan bukan manusia dari ekosistem seperti tanaman, hewan, dan habitat mereka. Sifat berbeda dari persepsi risiko untuk pesan framing baik sebagai risiko bagi kesehatan atau risiko terhadap lingkungan, dan sebagai kerangka kerja untuk mempelajari bentuk pesan yang dirasakan berbeda untuk kedua jenis risiko ini.

Kahneman dan Tversky (1979: 274) menyebutkan bahwa berbagai cara penyajian pesan dapat memengaruhi luaran risiko dari keputusan yang dibuat oleh sang penerima pesan. Hal ini menyebabkan pembingkaian pesan dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan daya persuasi suatu pesan.

Keefektifan pembingkaian pesan dalam hal pengubahan sikap dan pengambilan keputusan penerima pesan ini telah banyak diuji, namun sejauh ini belum diperoleh hasil yang dengan pasti menyimpulkan teori tentang pembingkaian pesan yang efektif dan berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan si penerima pesan (Cox & Cox, 2001: 92). Beberapa studi bahkan menyatakan tidak adanya pengaruh pembingkaian pesan (Van Assema, Martens, Ruiter, & Brug, 2001: 436).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah persuasi narasi dalam tipe pesan, berdasarkan resiko yang di mediasi oleh keterhanyutan, mampu mengurangi penggunaan kantong plastik.

Metode Penelitian

Partisipan dari penelitian ini berjumlah 180 partisipan yang berasal dari mahasiswa prodi psikologi UNJ. Penelitian ini menggunakan material cetak berupa manipulasi cerita dan kuesioner yang sudah disiapkan di dalam sebuah booklet. Selanjutnya peneliti mempersilahkan partisipan untuk masuk ke dalam ruangan yang telah disiapkan diawali dengan mengisi *Behavioral Activating System/Behavioral Inhibition System* untuk mengontrol emosi dan keadaan motivasi dari individu sehingga berada dalam keadaan yang sama ketika akan memulai membaca pesan yang diberikan. Pesan yang diberikan menggunakan pesan yang sama dengan tahap uji coba penelitian. Pesan yang diberikan terdiri dari 4 jenis pesan. Usaha dalam mengontrol manipulasi yang diberikan pada partisipan menggunakan proses *random assignment.* Partisipan akan mendapatkan pesan pengurangan penggunaan kantong plastik sesuai hasil randomisasi yang dilakukan. Setelah selesai, peserta kemudian diminta untuk mengisi kuesioner yang sudah disiapkan. Kuesioner terdiri dari skala keterhanyutan, skala efek persuasi dan uji perlakuan.

Setelah partisipan selesai mengerjakan seluruh form dan prosedur, peneliti melakukan *debrief* untuk tidak menceritakan proses penelitian ini ke pihak lain. Peneliti juga memberikan informasi tentang kerahasiaan dalam penelitian. Peneliti menutup *debriefing* dengan mengucapkan terimakasih dan memberikan tanda terimakasih untuk partisipan.

Efek persuasi untuk studi ini diukur dalam bentuk *self report* dari partisipan. Pengukuran dengan menggunakan tujuh butir pernyataan untuk mengukur keputusan. Keputusan mengurangi kantong plastik diukur dalam bentuk *self report* partisipan dengan menggunakan tujuh butir pernyataan. Variabel mediator penelitian eksperimen ini adalah keterhanyutan saat membaca pesan (*narrative transportation*) yang diukur untuk melihat sejauh mana isi pesan yang diberikan memberikan efek keterhanyutan yang dapat meningkatkan efek persuasi. Pengukuran ini menggunakan *SF-Form Transportion narrative* dari Green (2000: 701-721) yang dikembangkan oleh Appel (2010: 32).

Uji validitas dan realibilitas skala efek persuasi dari keputusan untuk mengurangi kantong plastik dilakukan untuk menyeleksi butir pernyataan yang akan digunakan untuk mendapatkan keputusan dari partisipan. Teknik *principal axis factoring* (PAF) digunakan dengan ekstraksi 1 faktor. Tidak perlu lagi dilakukan teknik rotasi. Sebesar 32.510% varians di dalam skala dapat dijelaskan oleh satu faktor. Bila ukuran sampel 120, menurut Pituch dan Steven (2016) nilai *factor loading* yang signifikan berada diatas 0,3. Sehingga dari semua butir pernyataan skala efek persuasi berupa putusan, 5 butir pernyataan digunakan dan 2 butir pernyataan digugurkan untuk mengukur perilaku ramah lingkungan dari partisipan.

Analisis reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's alpha* adalah 0,582. Nilai yang didapat dari pengukuran reliabilitas sebesar 0,582 menunjukkan bahwa skala keputusan dianggap reliabel atau cukup baik (Kaplan & Saccuzzo, 2012)

Keterhanyutan merupakan kecenderungan individu untuk mengalami absorbsi di dalam bacaan sebagai respons terhadap bacaan dari narasi. Skala ini disusun dengan menggunakan skala likert dengan 11 pilihan, yaitu 0 sangat tidak setuju (STS), sampai dengan 10 sangat setuju (SS). Jumlah butir pernyataan pada skala ini awalnya sebanyak 8 butir pernyataan.

Uji validitas dan realibilitas skala keterhanyutan menggunakan validasi dan reliabilitas yang sudah diukur sebelumnya di studi pertama, 8 butir pernyataan digunakan dan satu butir pernyataan digugurkan untuk mengukur keterhanyutan dari partisipan. Analisis reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's alpha* adalah 0,751. Nilai yang didapat dari pengukuran reliabilitas sebesar 0,751 menunjukkan bahwa skala keterhanyutan dianggap reliabel atau cukup baik (Kaplan & Saccuzzo, 2012).

Uji Perlakuan (*manipulation check*)

Uji perlakuan menggunakan 4 butir pernyataan dalam bentuk semantik seperti studi pertama, yaitu untuk menilai "apakah pesan tersebut menekankan pada" (1) diri pribadi – lingkungan, (2) dampak kesehatan – dampak lingkungan (3) fakta/informasi – tokoh/ karakter (3) penelitian – tindakan dari tokoh/ karakter, dalam usaha untuk mengurangi penggunaan kantong plastik.

Untuk manipulasi cek pada risiko menggunakan butir pernyataan yang sama yaitu apakah pengurangan penggunaan kantong plastik itu (i) buruk – baik, (ii) tidak bermanfaat – bermanfaat (iii) negatif – positif, (iv) tidak bertanggung jawab – bertanggung jawab, (v) berbahaya – aman, dan (vi) bebal – bijaksana.

Tujuan dari penelitian akan diuji dengan menggunakan ANOVA *F-test* untuk mengetahui perbedaan rerata antar variasi dari isi pesan persuasi yang dibuat. Selanjutnya dilakukan pengujian uji mediasi dengan *Hayes model-4* untuk mengukur efek mediasi keterhanyutan pada pengaruh variabel bebas pada variabel tergantung.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil penelitian ini didapatkan hasil *Main effec*t pesan narasi terhadap keputusan untuk tidak menggunakan kantong plastik berbeda secara signifikan, F(1,167) = 30.657, $p< 0.05$, $\eta^2 = 0{,}155$, dengan rerata keputusan pada pesan narasi lebih tinggi (M_{narasi}= 7.5138; SD= 0,74135) daripada pesan argumentasi ($M_{argumentasi}$= 6,976; SD= 0,61969). Kelompok partisipan yang mendapatkan pesan persuasi dalam bentuk pesan narasi memiliki keputusan yang lebih tinggi untuk tidak menggunakan kantong plastik daripada kelompok partisipan yang mendapatkan isi pesan persuasi dalam pesan argumentasi.

Hasil analisis data untuk mengetahui efek mediasi menggunakan uji Sobel. Uji Sobel merupakan alat analisis untuk menguji signifikansi dari hubungan tidak langsung antara variabel bebas dengan variabel terikat yang dimediasi oleh variabel mediator. Dari hasil pengujian didapatkan hasil melalui uji Sobel yaitu, z = 2.6581 > 1,96 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,01. Hasil tersebut menjelaskan bahwa ada peran yang signifikan pada keterhanyutan untuk memediasi pengaruh pesan narasi terhadap tingkah laku ramah lingkungan dalam keputusan tidak menggunakan kantong plastik.

Dari perhitungan statistik yang dilakukan untuk melihat variabel bingkai pesan risiko secara signifikan berbeda terhadap keputusan untuk tidak menggunakan kantong plastik, F(1,167) = 20.488, $P< 0.05$, $\eta^2 = 0{,}109$. Keputusan pada pesan persuasi dengan bingkai pesan risiko individu lebih tinggi ($M_{individu}$= 7.4643; SD= 0,73140) daripada bingkai pesan risiko lingkungan ($M_{lingkungan}$= 7,0301; SD= 0,67165). Kelompok partisipan yang mendapatkan pesan persuasi dengan bingkai pesan risiko individu memiliki keputusan untuk tidak menggunakan kantong plastik yang lebih tinggi daripada kelompok partisipan yang mendapatkan bingkai pesan risiko lingkungan. Ini membuktikan bahwa bingkai pesan risiko individu memiliki kemampuan meningkatkan tingkah laku ramah lingkungan dalam keputusan untuk tidak menggunakan kantong plastik.

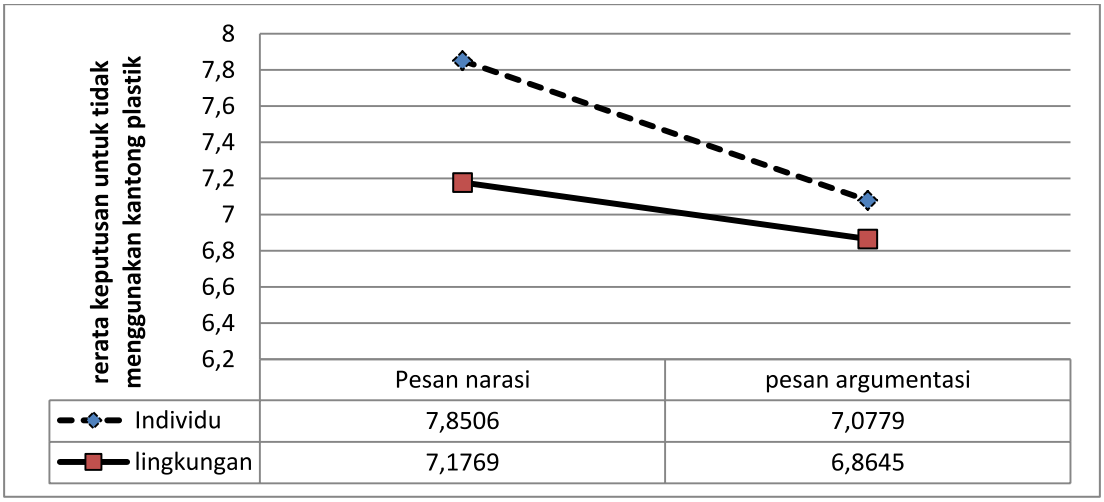
Hasil ANOVA yang dilakukan menunjukkan hasil lanjutan yaitu mengenai efek interaksi. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat interaksi yang signifikan antara pesan persuasi dan bingkai pesan risiko dengan nilai F(1,167) = 5.514, $P< 0.05$;$\eta^2 = 0{,}032$. Ketika kelompok partisipan mendapatkan pesan persuasi dan bentuk pesan narasi, pesan narasi dengan bingkai pesan risiko individu memiliki keputusan untuk tidak menggunakan kantong plastik lebih tinggi ($M_{narasi_individu}$= 7.8506; SD= 0,56555) daripada kelompok pesan narasi bingkai pesan risiko lingkungan ($M_{narasi_lingkungan}$= 7,1769; SD= 0,74828). Demikian pula ketika kelompok partisipan mendapatkan pesan persuasi argumentasi, pesan persuasi argumentasi dengan bingkai pesan risiko individu memiliki keputusan untuk tidak

menggunakan kantong plastik ($M_{argumentasi_individu}$= 7,0779; SD= 0,74828) lebih tinggi daripada kelompok isi pesan argumentasi dengan bingkai pesan lingkungan ($M_{argumentasi_lingkungan}$= 6,8645; SD= 0,61969). Hasil ini menunjukkan bahwa ketika mendapatkan isi pesan persuasi narasi, pesan persuasi dengan bingkai pesan risiko individu berpengaruh pada keputusan untuk tidak menggunakan kantong plastik dibandingkan dengan pesan persuasi dengan bingkai pesan risiko lingkungan.

*Main effec*t pesan persuasi terhadap keterhanyutan berbeda secara signifikan, F(1,167) = 9,702; η^2 = 0,055, dengan keterhanyutan pada pesan narasi lebih tinggi (M_{narasi}=7.2614; SD= 1,17648) daripada isi pesan pesan argumentasi ($M_{argumentasi}$= 6,7401; SD= 1,00401). Kelompok partisipan yang mendapatkan pesan persuasi dalam bentuk pesan narasi lebih memiliki keterhanyutan yang tinggi daripada kelompok partisipan yang mendapatkan pesan persuasi dalam bentuk pesan argumentasi.

Secara keseluruhan, hasil menunjukkan bahwa untuk pesan bingkai pesan terhadap risiko, pesan narasi dibandingkan dengan pesan argumentasi yang dihasilkan meningkatkan efek persuasi pada partisipan. Hasil ini konsisten dengan penelitian lain yang melibatkan risiko dan persuasi, serta dengan studi yang menggabungkan berbagai jenis bukti (mis Chang, 2009: 22; de Wit, Das & Vet, 2008 : 113; Polyorat, Alden & Kim, 2007: 539). Penelitian ini sejalan dengan penelitian de Wit dkk (2008: 113) yang menemukan bahwa pesan dalam bentuk narasi memiliki efek persuasi lebih besar dibandingkan argumentasi ataupun bukti statistik.

Teori keterhanyutan konsisten dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipan menunjukkan *counterarguments* lebih sedikit ketika mereka berada dalam keterhanyutan yang lebih besar. Selanjutnya, hasil menunjukkan bahwa keterhanyutan memiliki kedua efek langsung dan tidak langsung pada tingkah laku ramah lingkungan yang berorientasi dampak. Pertama, keterhanyutan memiliki hubungan positif dengan perilaku ramah lingkungan; meningkatnya keterhanyutan menyebabkan



Gambar 1. Grafik interaksi isi pesan persuasi dan bingkai pesan risiko terhadap keputusan untuk tidak menggunakan kantong plastik.
(Sumber : Data Peneliti, 2017)

konsistensi antara pesan dalam pesan narasi dengan perilaku ramah lingkungan. Selain itu, keterhanyutan memediasi hubungan antara pesan dan bingkai pesan risiko dengan perilaku ramah lingkungan untuk keputusan tidak menggunakan kantong plastik.

Selain meneliti peran pesan yang berbeda pada persuasi dan bagaimana keterhanyutan dapat menjelaskan beberapa fenomena ini, dampak dari bingkai pesan juga diteliti. *Main effect* untuk pesan persuasi yaitu pesan narasi dan pesan argumentasi, akan tetapi *main effect* untuk bingkai pesan tidak didapatkan. Kurangnya bukti yang kuat untuk mendukung bukti persuasif yang relevan mengenai bingkai pesan terkait dengan dalam penelitian ini memiliki beberapa dukungan dalam literatur seperti penelitian Schneider dkk (2001: 264). Penelitiannya menunjukkan keuntungan persuasif untuk pesan berbingkai risiko mungkin hanya berlaku untuk segmen tertentu dari populasi.

Sejalan dengan penelitian lain bahwa ada sedikit perbedaan dalam pesan persuasif berdasarkan bingkai pesan (O'Keefe & Jensen, 2007: 624) terhadap keterhanyutan, studi ini juga menemukan bahwa bingkai pesan saja bisa memengaruhiefek pesan persuasi. Namun, bingkai pesan tidak menghasilkan efek interaksi yang signifikan dengan jenis pesan dimana kondisi pesan perssuasi tidak memiliki keterhanyutan. Interaksi ini dapat membantu untuk menjelaskan salah satu kondisi dimana bingkai pesan risiko individu mungkin efektif dalam berkomunikasi mengenai perilaku ramah lingkungan, ketika narasi digunakan sebagai pesan persuasi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pembingkaian pesan dalam konteks ramah lingkungan tidak selamanya memberikan efek perbedaan persuasi seperti temuan penelitian pembingkaian pesan dalam konteks perilaku ramah lingkungan di negara maju (Davis, 1995: 295). Hal ini disebabkan pembingkaian pesan dapat memberikan efek yang berbeda tergantung pada faktor disposisional dan situasional. Faktor situasional meliputi aspek atau karakteristik suatu lingkungan tertentu yang secara spesifik berbeda dengan lingkungan lain. Sementara, faktor disposisional meliputi serangkaian pola sikap atau mood spesifik sebagai respon terhadap kehidupan sekitar.

Temuan penelitian ini juga mengindikasi bahwa teori pembingkaian pesan belum konklusif menjelaskan efek pembingkaian pesan pada sikap, niat dan perilaku. Fenomena ini membuka peluang bagi penelitian mendatang untuk menguji efek pembingkaian pesan pada kelompok partispan yang berbeda baik secara demografis maupun geografis. Penelitian mendatang dapat dilakukan pada kelompok partisipan yang berbeda seperti masyarakat luas bukan hanya kepada mahasiswa.

Mahasiswa sebagai subjek dari penelitian ini cenderung memiliki karakter yang kritis, bebas, praktis dan tidak terlalu terikat oleh aturan-aturan. Isu risiko lingkungan yang disampaikan tidak serta-merta membuat mereka percaya dan meyakini konsekuensinya. Demikian pula dengan anjuran untuk berperilaku ramah lingkungan, mereka cenderung resisten karena merasa hal itu akan mengganggu fleksibiltas kegiatan

mereka sehari-hari. Temuan yang tidak signifikan dalam penelitian ini mungkin disebabkan karena faktor karakteristik partisipan yang memang cenderung resisten terhadap isu yang menjadi topik penulisan. Selain itu penelitian pembingkaian pesan mendatang dapat dilakukan pada konteks perilaku lain yang lebih berisiko.

Simpulan

Simpulan secara keseluruhan dari penelitian ini hasil menunjukkan bahwa untuk pesan bingkai pesan terhadap risiko, pesan narasi dibandingkan dengan pesan argumentasi yang dihasilkan meningkatkan efek persuasi pada partisipan dalam perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik. Tingginya efek persuasi pada pesan narasi dimediasi oleh keterhanyutan dalam narasi. Semakin individu terhanyut dalam pesan narasi dengan pesan bingkai risiko kesehatan, maka semakin tinggi efek persuasi yang terjadi dalam persuasi pengurangan penggunaan kantong plastik.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk penelitian sebelumnya dengan mengungkapkan bahwa setiap isi pesan persuasi dan bingkai pesan narasi dikondisikan untuk masalah kesehatan individu adalah yang paling persuasif. Selain itu, keterhanyutan memediasi hubungan antara interaksi isi pesan dan bingkai pesan. Oleh karena itu, keterhanyutan mungkin dapat menjelaskan beberapa alasan mengapa penggunaan pesan narasi dan bingkai pesan risiko individu lebih efektif untuk jenis masalah lingkungan hidup.

Implikasi dari penelitian ini adalah usaha mengintegrasikan dua teori persuasi yaitu teori jenis pesan dan pembingkaian pesan. Temuan ini memberikan implikasi teoretis bagi pelaksanaan penelitian mendatang. Integrasi jenis pesan persuasi dengan pembingkaian pesan masih perlu dikaji lebih lanjut untuk mengkonfirmasi kemungkinan integrasi kedua teori persuasi ini.

Pada konteks komunikasi perilaku ramah lingkungan, integrasi kedua teori inipun juga relevan untuk diteliti lebih lanjut. Peneliti menduga, bentuk variasi manipulasi yang berbeda, serta peningkatan kekuatan pesan yang disampaikan dalam manipulasi bingkai pesan risiko, dapat memberikan efek yang lebih kuat pada penelitian mendatang. Variasi manipulasi yang peneliti usulkan adalah manipulasi risiko dengan bingkai positif dan negatif untuk masing-masing risiko individu dan risiko lingkungan.

Daftar Pustaka

Ah Yun, J., & Massi, L. L. (2000). The differential impact of race on the effectiveness of narrative versus statistical appeals to persuade individuals to sign an organ donor card. *Paper presented at the meeting of the Western States Communication Association,* Sacramento, CA.

Appel, M., & Richter, T. (2010). Transportation and need for affect in narrative persuasion: A mediated moderation model. *Media Psychology*, *13*(2), 101-135.

Biocca, F. (2002). The evolution of interactive media. In M. C. Green, J. J. Strange, & T. C. Brock (Eds.), *Narrative impact. Social and cognitive foundations* (pp. 97–130). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Busselle, R., & Bilandzic, H. (2009). Measuring narrative engagement. *Media Psychology*, *12*(4), 321-347.

Chang, C. (2009). "Being Hooked" By Editorial Content: The Implications for Processing Narrative Advertising. *Journal of Advertising*, *38* (1), 21-34.

Cin, S. D, Zanna, M. P. & Fong, G. T. (2004). Narrative persuasion and overcoming resistance. In E. S. Knowles & J. A. Linn (Eds.), *Resistance and persuasion* (pp. 175-191). Mawah, NJ: Erlbaum.

Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, *4*(3), 245-264.

Cox, D., & Cox, A. D. (2001). Communicating the consequences of early detection: The role of evidence and framing. *Journal of Marketing*, *65*(3), 91-103.

Davis, J. J. (1995). The effects of message framing on response to environmental communications. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *72*(2), 285-299.

De Wit, J. B., Das, E., & Vet, R. (2008). What works best: objective statistics or a personal testimonial? An assessment of the persuasive effects of different types of message evidence on risk perception. *Health Psychology*, *27*(1), 110.

Deighton, J., Romer, D., & McQueen, J. (1989). Using drama to persuade. *Journal of Consumer research*, *16*(3), 335-343.

Doherety, T.J., & Clayton, S. (2001). The psychological impacts of global climate change. *American Psychologist*, *66*(4), 265-276

Escalas, J. E. (2004). Imagine yourself in the product: Mental simulation, narrative transportation, and persuasion. *Journal of Advertising*, 33, 37-48.

Fritze, J.G., Blashki, G.A., Burke, S. & Wiseman, J. (2008). Hope, despair, and transformation: Climate change and the promotion of mental health and wellbeing. *International Journal of Mental Health Systems*, *2*(13). 1- 10

Gerrig, R. J. (1993). *Experiencing narrative worlds: On the psychological activities of reading*. Yale University Press.

Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology, 79,* 701-721.

Green, M. C., & Clark, J. L. (2013). Transportation into narrative worlds: implications for entertainment media influences on tobacco use. *Addiction*, *108*(3), 477-484.

Green, M. C., & Brock, T. C. (2005). Persuasiveness of narratives. *Persuasion: Psychological insights and perspectives*, *2*, 117-142.

Hoeken, H. (2001). Anecdotal, statistical, and causal evidence: Their perceived and actual persuasiveness. *Argumentation, 15*, 425-437.

Hoeken, H. & Hustinx, L. (2009). When is Statistical Evidence Superior to Anecdotal evidence in Supporting Probability Claims? The Role of Argument Type. *Human Communication Research, 35(4),* 491-510.

Hornikx, J. (2005). A review of experimental research on the relative persuasiveness of anecdotal, statistical, causal, and expert evidence. *Studies in Communication Sciences*, *5*(1), 205-216.

Hornikx, J. (2007). Is anecdotal evidence more persuasive than statistical evidence? A comment on classic cognitive psychological studies. *Studies in Communication Sciences*, *7*(2).

Kahlor, L., Dunwoody, S., Griffin, R. J., & Neuwirth, K. (2006). Seeking and processing information about impersonal risk. *Science Communication*, *28*(2), 163-194.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the econometric society*, 263-291.

Kaplan, .M., & Sacuzzo, D .P. (2012) *Psychological Testing: Principles, Applications, and issues 8th Ed*. Belmpnt: Thomson Wadsworth

Klein, J. G., & Ahluwalia, R. (2005). Negativity in the evaluation of political candidates. *Journal of Marketing*, *69*(1), 131-142.

Kreuter, M. W., Green, M. C., Cappella, J. N., Slater, M. D., Wise, M. E., Storey, D., & Hinyard, L. J. (2007). Narrative communication in cancer prevention and control: a framework to guide research and application. *Annals of Behavioral Medicine*, *33*(3), 221-235.

O'Keefe, D. J. & Jensen, J. D. (2007). The relative persuasiveness of gain-framed loss-framed messages for encouraging disease prevention behaviors: A meta-analytic review. *Journal of Health Communication, 12*(7), 623-644.

Polyorat, K., Alden, D. L., & Kim, E. S. (2007). Impact of narrative versus factual print ad copy on product evaluation: The mediating role of ad message involvement. *Psychology & Marketing*, *24*(6), 539-554.

Pidgeon, N., Hood, C., Jones, D., Turner, B., & Gibson, R. (1992). Risk perception. *Risk: Analysis, perception and management*, 89-134.

Rothman, A. J., Salovey, P., Antone, C., Keough, K., & Martin, C. D. (1993). The influence of message framing on intentions to perform health behaviors. *Journal of experimental social psychology*, *29*(5), 408-433.

Smith, S. M., Haugtvedt, C. P., Jadrich, J. M., & Anton, M. R. (1995). Understanding Responses to Sex Appeals in Advertising: An Individual Difference Approach. *Advances in consumer research*, *22*(1), 735-739.

Slater, M. D., & Rouner, D. (2002). Entertainment—education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, *12*(2), 173-191.

Sjöberg, L. (2004). Explaining individual risk perception: the case of nuclear waste. *Risk Management*, 9(1),51-64.

Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, *236*(4799), 280-285.

Schneider, T. R., Salovey, P., Apanovitch, A., Pizarro, J., McCarthy, D., Zullo, J. & Rothman, A. J. (2001). The effects of message framing and ethnic targeting on mammography use among low-income women. *Health Psychology, 20*(4), 256-266.

Van Assema, P., Martens, M., Ruiter, R. A., & Brug, J. (2001). Framing of nutrition education messages in persuading consumers of the advantages of a healthy diet. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, *14*(6), 435-442.

Wang, J., & Calder, B. J. (2006). Media transportation and advertising. *Journal of Consumer Research*, *33*(2), 151-162.

Internet :

Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (2016) Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Kontraproduktif. Retrieved November 2016, *http://dietkantongplastik.info/2016/10/13/kebijakan-kantong-plastik-berbayar-kontraproduktif/*

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (2011) Belanja Tanpa Kantong Plastik. Retrieved November 2016, *http://ylki.or.id/2011/11/belanja-tanpa-kantong-plastik/*

DRAMATURGI PENYANDANG OLIGODAKTILI

Sulaeman
Program Studi Jurnalistik Islam
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ambon
Jl. DR. Tarmidzi Taher, Kebun Cengkeh, Batu Merah Atas, Ambon, Maluku, 97128.
Telp. (0911) 344816 Email: sulaeman@iainambon.ac.id

Abstract

The purpose of this research it is analyzing the management of the impression in the stage before it or the stage back displayed in the process of communication at the daily life of social interaction with the surrounding environment for people with oligodactyly in Kampung Ulutaue. This research uses the method interpretative subjective with the approach dramaturgy, involving fifteen informants with ten men and five women were chosen purposively.Researchers are digging experience social interaction informants was conducted using data collected through in-depth interviews and observation participatory with the data supporting based on perspective the act of social and dramaturgy. The results of the study explain people oligodactyly manage the impression upon a stage before or the stage behind with verbal communication and nonverbal displayed social interaction in the process of communication with fellow people oligodactyly, family, the community government agencies, and television treating them by creating inconveniences in exertion to survive, weaken psychology self, marginalisation, traumatic, and self-denial its environment from suffering experienced. The contribution of the study is giving insight about impression management on people with oligodactyly by using dramaturgy perspective.

Keywords: *management impression, people with oligodactyly, dramaturgy perspective.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengelolaan kesan di panggung depan maupun panggung belakang ditampilkan dalam proses komunikasi pada interaksi sosial kehidupan sehari-hari dengan lingkungan sekitarnya bagi penyandang oligodaktili di Kampung Ulutaue. Penelitian ini menggunakan metode interpretatif subjektif dengan pendekatan dramaturgi, melibatkan lima belas informan dengan sepuluh laki-laki dan lima perempuan dipilih secara purposif. Peneliti menggali pengalaman interaksi sosial informan, dilakukan dengan menggunakan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan pengamatan partisipatif dengan data penunjang berdasarkan perspektif tindakan sosial dan dramaturgi. Hasil penelitian menjelaskan penyandang oligodaktili mengelola kesan pada panggung depan maupun panggung belakang dengan komunikasi verbal dan nonverbal ditampilkan interaksi sosial dalam proses komunikasi bersama dengan sesama penyandang oligodaktili, keluarga, masyarakat lembaga pemerintah, dan media televisi memperlakukan mereka dengan menciptakan ketidaknyamanan dalam beraktivitas untuk bertahan hidup, melemahkan psikologi diri, marginalisasi, traumatis, dan penyangkalan diri lingkungannya dari penderitaan dialami. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan wawasan mengenai pengelolaan kesan penyandang oligodaktili menggunakan perspektif dramatugi.

Kata kunci : Penyandang oligodaktili, pengelolaan kesan, perspektif dramaturgi.

Pendahuluan

Pada Undang-Undang Nomor 4 tahun 1997 mengatur mengenai penyandang cacat yang mencakup pada penyadang cacat fisik, penyandang cacat mental, dan penyandang cacat fisik dan mental. Kemudian diperjelas lagi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 36 tahun 1980, termasuk penyandang oligodaktili, diistilahkan "hipodaktili" adalah "jari tangan dan kaki yang kurang dari normal" (Hartanto, 2002: 1056). Oligodaktili kebalikan dari "polidaktili" berarti jemari tangan atau kaki yang lebih dari normal. Oligodaktili, tidak adanya satu dari jemari tangan dan kaki dan atau memiliki jemari tangan dan kaki yang tidak tidak normal.

Komunitas oligodaktili yang tinggal di Kampung Ulutaue pada saat penelitian dilakukan, kampung ini dikaitkan dengan kampung dihuni oleh orang-orang "*Lobster-Claw Syndrome*," meskipun banyak orang-orang normal tinggal di sekitar lingkungan kampung tersebut. Kampung Ulutaue dikonstruksi media televisi sebagai "kampung manusia kepiting," menyebabkan beberapa masyarakat di kampung melakukan perlawanan, termasuk beberapa penyandang oligodaktili. Di antara mereka menyadari bahwa media televisi mengkonstruksi kampung semata-mata berorientasi pada keuntungan tanpa melihat fisik, psikologi, dan kondisi ekonomi penyandang oligodaktili.

Bagi penyandang oligodaktili, konstruksi media televisi dianggap perlakuan diskriminatif sebagai gambaran dari "stigma berhubungan dengan stereotip suatu penduduk yang diberikan sebagai penjulukan" (Goffman,1973: 14). Stigma, ciri negatif menempel pada pribadi mereka yang memiliki kelainan fisik berbeda dengan individu lainnya di lingkungan sekitarnya. Kelainan fisik dialami sebagai simbol identitas diri penyandang oligodaktili dalam kehidupan sehari-harinya telah membentuk dunia sosial diyakininya dan berkembang menjadi realitas dalam kehidupan sosial dengan julukan "jemari bertangkai dan atau atau keluarga bertangan kepiting yang serem, merinding, ibah, menakutkan, dan menjijikkan" bagi orang yang melihatnya. Reaksi verbal dan nonverbal yang muncul di lingkungan sekitarnya dengan mengejek, menghina, membuang muka, dan menghindar akan menimbulkan perasaan malu, rendah diri, kecenderungan menghindari, depresi, bunuh diri, memukul kepala dengan kayu, dan tidak menerima diri memiliki kelainan fisik yang dapat melemahkan diri para penyandang oligodaktili.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengelolaan kesan di panggung depan maupun panggung belakang ditampilkan dalam proses komunikasi pada interaksi sosial kehidupan sehari-hari dengan lingkungan sekitarnya bagi penyandang oligodaktili di Kampung Ulutaue

Gambar.1
Jemari tangan dan jemari kaki penyandang oligodaktili
Sumber : Data Peneliti (2017)

Gambar.2
Jemari tangan dan jemari kaki penyandang oligodaktili
Sumber : Data Peneliti (2017)

Metode Penelitian

Penelitian ini melibatkaan limabelas informan meliputi sepuluh laki-laki dan selebihnya perempuan. Usia mereka berkisar sepuluh hingga tujuhpuluh tiga tahun pada saat peneliti melakukan penelitian. Sepuluh subjek belum menikah, lainnya sudah menikah. Empat belas subjek memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, terutama pemulung laut (udang kecil, tiram kecil, dan kerang) dan satu subyek menganggur. Sebagian besar subyek tidak pernah sekolah, mereka tidak mampu berhitung, membaca dan menulis. Subyek sebagian besar memiliki tiga jemari tangan dan atau kaki. Selebihnya memiliki dua dan atau empat jemari tangan dan kaki. Jemari tangan dan kaki mereka sangat berbeda dengan jemari tangan dan kaki orang normal.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara mendalam. Awalnya wawancara tidak mudah dilakukan, mereka menganggap peneliti sebagai jurnalis yang akan memperoleh keuntungan dari mereka mengenai pengalaman hidupnya kepada pembaca. Saat mereka bersedia diwawancarai, awalnya mereka tampak gelisah. Peneliti mampu mengumpulkan data dari subjek dengan cara, seperti peneliti menunjukkan kesabaran dan empati terhadap mereka. Hasil wawacara dimudahkan dengan peneliti menggunakan bahasa lokal (bahasa bugis) mereka. Akhirnya wawancara dilakukan dengan lancar dan intim. Wawancara berlangsung di rumah, pantai, sekolah, pasar dan di pesisir pantai.

Peneliti melakukan pengamatan di saat melakukan wawancara dan subjek melakukan aktivitas. Peneliti mengamati rumah mereka, tindakan verbal dan nonverbal, tempat di mana bekerja, termasuk pasar di mana mereka menjual hasil tangkapannya, lokasi mereka bermain dan atau menghibur diri mereka sendiri.

Penelitian ini menggunakan dua perspektif sebagai landasan teoretis, perspektif objektif dan subjektif. Perspektif objektif untuk meneliti penyandang oligodaktili didasari asumsi bahwa ada keteraturan dalam realitas sosial dan kehidupan sosial berhubungan dengan kelainan bentuk organ fisik untuk memprediksi hubungan sebab-akibat dan korelasi antara variabel, seperti menggunakan hipotesis. Dianalisis menggunakan data statistik untuk melihat apakah hipotesis diajukan dapat diterima dan atau tidak. Metode penelitian ini ternyata memberikan pengetahuan terbatas, kurang humanistik dan tidak akurat. Hasil penelitian tersebut, misalnya Gibson dan Zhong (2005), Lee (2008), Primack et al. (2009), and Brown and De Matviuk (2010). Di Indonesia, jenis penelitian ini meliputi penelitian dari Iba (2005) meneliti "Hubungan antara komunikasi dari paramedis dengan sikap pasien rawat inap mengenai layanan perawatan medis di rumah sakit umum daerah provinsi Sulawesi Tenggara," Dida (2011) meneliti "Pengaruh optimalisasi komunikasi kesehatan pada pusat pelayanan kesehatan dasar terhadap peningkatan derajat kesehatan anak usia dini di Jawa Barat," dan Agustini (2012) meneliti "Pengaruh komunikasi pemasaran jasa terhadap pencitraan pasien mengenai rumah sakit bersalin Emma Poeradiredja di Bandung."

Penelitian kuantitatif-statistik berbeda dengan penelitian perspektif subjektif bersifat

"kualitatif" (Creswell, 1998: 15). Peneliti menggunakan perspektif "interpretatif" (Denzin dan Lincoln, 2005: 150-151) untuk mengeksplorasi individu dengan interpretasi penyandang oligodaktili dan interaksi sosial mereka dengan orang-orang di lingkungan sekitarnya atau lebih khusus, perspektif tindakan sosial dan dramaturgi, keduanya sebagai pelengkap satu sama lainnya. Kedua perspektif teori ini menjelaskan bahwa individu melakukan interaksi sosial dalam proses komunikasi di lingkungan sekitarnya dengan tampilan pengelolaan kesan pada panggung depan maupun belakang dalam menentukan tujuan mereka sendiri dalam hidupnya. Konteks realitas ini dianggap sebagai intersubjektif, berbagi, dan bernegosiasi. Cukup interaksi sosial dalam proses komunikasi dengan aktor komunikasi menyesuaikan tindakan mereka sendiri untuk penyesuaian diri dengan tindakan orang lain.

Penggunaan perspektif Max Weber (1864-1920), tindakan sosial berhubungan langsung dengan tindakan manusia. Penggunaan perspektif tindakan sosial, tindakan ini digerakkan oleh tampilan diri penyandang oligodaktili sebagaimana di ungkapkan oleh Erving Goffman (1922-1983) bahwa "ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ingin mengelola kesan yang diharapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Setiap individu melakukan pertunjukkan bagi orang lain." Asumsi teori ini, menjelaskan bagaimana penyandang oligodaktili mengelola kesan pada panggung depan maupun panggung belakang di lingkungan sekitarnya.

Aspek perspektif interpretatif, individu sebagai penyandang oligodaktili dapat memberikan tampilan diri tertentu mengenai kelainan fisik dialami dan mereka berinteraksi sosial dengan orang lain. Perspektif interpretatif dianggap sesuai dan lebih holistik untuk meneliti keunikan interaksi sosial penyandang oligodaktil dengan lingkungan sekitarnya. Dengan kata lain, tidak dilihat dari aspek kelainan fisik dialami, namum pengelolaan kesan dalam proses komunikasi mereka memiliki kelainan fisik secara subjektif. Penyandang oligodaktili bagi peneliti dianggap sebagai kelainan fisik, bukan sebagai penyakit. Kleinman et al. (1978) mendefinisikan bahwa penyakit sebagai "kerusakan organik dan proses patologis ditandai dengan gejala yang biasanya dapat diamati dan dinilai secara kuantitatif," sakit adalah "pengalaman penyakit atau sakit pasien" (Scharf and Vanderford, 2003: 9-34).

Hasil penelitian di Indonesia mengenai komunikasi berdasarkan teori dramatugis meliputi Arrianie (2006) meneliti kekerasan dalam komunikasi politik di dewan perwakilan rakyat Republik Indonesia; Bahfiarti (2011) meneliti komunikasi antarpribadi mantan narapida perempuan dalam adaptasi diri dan pengembangan hubungan pada masyarakat Bugis-Makassar di Kota Makassar; Rohim (2011) meneliti konstruksi diri dan perilaku komunikasi gelandangan di Kota Jakarta; Sulaeman (2014) meneliti konstruksi makna dan perilaku komunikasi penyandang oligodaktili di Kabupaten Bone, dan Sulastri (2015) meneliti komunikasi dakwah di Kota Padang.

Berdasarkan perspektif interpretif, penyandang oligodaktili memiliki pengelolaan kesan diasumsikan sebagai realitas subjektif. Dalam konteks ini, interaksi

sosial dapat dihubungkan tampilan diri memiliki kelainan fisik, kepribadian diri, kepercayaan, dan nilai-nilai sosial-budaya. Ini menarik diteliti untuk mengetahui bagaimana subjek penelitian adalah penyandang oligokdatili mengelola kesan pada panggung depan maupun panggung belakang dengan komunikasi verbal dan nonverbal ditampilkan melakukan interaksi sosial dalam proses komunikasi dengan lingkungan di sekitarnya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Merujuk analogi dramaturgi pandangan Erving Goffman berdasarkan kategori pengelolaan kesan pada panggung depan maupun panggung belakang dengan komunikasi verbal dan nonverbal yang ditampilkan proses komunikasi penyandang oligodaktili dalam interaksi sosial di lingkungannya dialami dalam kehidupan sehari-harinya telah membentuk dunia sosial diyakininya dan berkembang menjadi realitas dalam kehidupan sosial dengan temuan hasil penelitian menarik menjadi lima pengelolaan kesan ditampilan dengan sesama penyandang oligodaktili, keluarga, masyarakat, lembaga pemerintah, dan media televisi.

Interaksi sosial ditampilkan dalam proses komunikasi bersama sesama penyandang oligodaktili, seperti saudara kandung, paman, dan tante memiliki beberapa keunikan tersendiri. Keunikan pengelolaan kesan dengan menampilkan proses komunikasi dalam interaksi sosial, seperti intensitas komunikasi, perhatian dan dukungan satu sama lainnya, dan penekanan psikologi diri.

Proses komunikasi dengan sesama penyandang oligodaktili memiliki intensitas kurang baik dari segi frekuensi maupun kualitas ditampilkan di panggung depan "marah," kadangkala mereka merasa terhina dengan "melempar dan memecahkan" barang-barang kecil, seperti gelas dan piring. Pesan komunikasi nonverbal tidak menyenangkan, seperti "*enak saja tinggal di rumah, makan, dan tidur bersama anak istri, tidak tau diri, makanya kerja, ... jangan menyusahkan orang lain di rumah*" (Renita). Pesan tersebut akan menyakitkan diri bagi saudara kandung sesama penyandang oligodaktili dengan menampilkan panggung belakang "diam" dilakukan oleh saudara kandung.

Hubungan sosial sesama penyandang oligodaktili dalam tindakan interpersonal tanpa perhatian dan dukungan satu sama lainnya dengan pengelolaan kesan saling "mengacuhkan." Interaksi sosial dilakukan tidak memiliki relasi emosional, walaupun mereka memiliki ikatan hubungan sebagai keluarga kerabat. Sesama penyandang oligodaktili tidak memiliki kompetensi kedekatan, mereka tidak mampu mengelola peran diri yang seharusnya dan memunculkan "pembiaran" tampilan diri dipanggung depan. Peristiwa komunikasi ini dapat terjadi karena kualitas hubungan sosial interpersonal mereka yang kosong, tanpa saling perhatian dan dukungan satu sama lainnya dengan tampilan panggung belakang membuat dirinya "tekun belajar" untuk "menghibur" dirinya memiliki kelainan fisik.

Proses komunikasi terjadi sesama penyandang oligodaktili, memandang dirinya mendapatkan penekanan psikologi dan fisik sebagai komunikasi otoriter. Pola interaksi sosial penekanan dialami menyebabkan

pesan komunikasi berlangsung dengan menampilkan pengelolaan kesan panggung depan "ancaman," seperti "*saya sering dimarahi dan dipukul, ... saya tidak peduli dan mendengar apa yang bilang oleh tante*" (Subaco), pola interaksi sosial seperti ini akan melemahkan dirinya lebih tertekan, menyesali diri terus-menerus, tidak memiliki harapan (ketidakpastian) masa depan, dan gairah hidup tidak ada untuk bekerja. Penggunaan pengelolaan kesan komunikasi otoriter, membuat mereka menampilkan panggung belakang "menghibur" diri dengan menyendiri, termenung, menangis, dan tidak memiliki harapan hidup ke depan, dan gairah hidup tidak ada untuk bekerja guna memperbaiki kehidupannya di masa akan datang.

Tindakan dari sebuah proses komunikasi mengandung unsur interaksi sosial dan menjadi tindakan komunikasi tersendiri bagi penyandang oligodaktili dengan keluarga inti dan keluarga kerabat dalam pengelolaan kesan pada panggung depan maupun panggung belakang akan menimbulkan, memperbesar, dan meneguhkan perasaan untuk berupaya menjadikan diri memiliki kondisi kelainan fisik, agar tetap menjalani aktivitas kehidupan sehari-hari dengan tampilan, seperti pengingkaran anak kandung, ditinggal pergi, perasaan iri hati, dan perbedaan kondisi fisik.

Panggung depan "penyangkalan" diri diterima penyandang oligodaktili dari keluarga, membuat diperlakukan tidak manusiawi. Penyangkalan keluarga merupakan diskriminasi keturunan melalui pesan komunikasi verbal "pengusiran keluarga" dan nonverbal "bukan keluarga," memicu diri mereka bertindak menyendiri dengan ekspresi wajah sedih, marah, dan menangis. Ekspresi wajah tersebut diibaratkan seperti sebuah buku dapat dibaca setiap keluarga dalam melakukan interaksi sosial.

> Wajah sudah lama menjadi sumber informasi dalam komunikasi interpersonal. Inilah alat yang sangat penting dalam menyampaikan makna. Dalam beberapa detik ungkapan wajah dapat menggerakkan kita ke puncak keputusan. Kita menelaah wajah rekan dan sahabat kita untuk perubahan-perubahan halus dan nuansa makna dan mereka pada gilirannya, menelaah kita (Rakhmat, 1989:98).

Tindakan interaksi sosial keluarga memunculkan tindakan melemahkan diri penyandang oligodaktili dengan menampilkan diri panggung belakang "bermain" pada pesan komunikasi verbal "pergi ke pesisir pantai, pemulung laut, dan pergi ke rumah keluarga lainnya" dan nonverbal "bercanda" dengan anak-anak yang dimaknai untuk menghibur diri sendiri.

Interaksi sosial dengan ditinggal pergi orang tua tanpa ketahuan tempat tinggalnya, karena kelainan fisik dialami merupakan "pengabaian" diri diterima penyandang oligodaktili dirasakan tidak diterima keluarga sebagai pesan komunikasi nonverbal "keluarga pergi." Tindakan interaksi sosial keluarga memunculkan tampilan diri panggung belakang "hiburan" melalui pesan komunikasi nonverbal "tindakan diam, memendang perasaan, dan beraktivitas" untuk menenangkan pikiran galau dialami penyandang oligodaktili.

Penolakan interaksi sosial dengan perasaan iri hati keluarga memunculkan "pembedaan" tampilan pengelolaan kesan pada panggung depan dengan pesan komunikasi nonverbal "tidak senang" diper-

lihatkan keluarga pada diri penyandang oligodaktili menjalani kehidupan memiliki kelainan fisik. Perlakuan diterima dengan menampilkan diri "pikiran positif" sebagai pesan komunikasi verbal dalam pengelolaan kesan panggung belakang untuk penguatan keimanan dalam menjalani kehidupan, tampilan diri yang diperlihatkan dalam menjalani kehidupan sudah ditakdirkan oleh Allah SWT.

Interaksi sosial kakek – nenek, dan saudara kandung dari keluarga inti dari bapak dengan anak penyandang oligodaktili yang telah terlahir memiliki kelainan fisik yang telah di tinggal mati ibunya, serta bapak telah menjadi duda menikah lagi dengan wanita lain dan "menelantarkan" anak kandungnya sendiri, karena perbedaan fisik dialami merupakan pengelolaan kesan pada panggung depan penerimaan pada anak penyandang oligodaktili. Perlakuan ini diterima dengan menampilan diri panggung belakang "tinggal bersama keluarga," orang tua tidak pernah lagi kembali melihat anaknya di kampung dan seperti apa anaknya sekarang.

Penyandang oligodaktili membangun interaksi sosial dalam proses komunikasi bersama dengan masyarakat seperti tetangga, penjual sayuran, pemilik usaha toko, perkebunan, pemilik usaha bagan nelayan, sopir, penumpang angkutan, dan anak-anak di kampung dengan pengelolaan kesan pada panggung depan dan panggung belakang seperti julukan diri, peristiwa komunikasi, pengusiran, dan diskriminasi.

Pengelolaan kesan melalui panggung depan "cemohan" diri diterima penyandang oligodaktili dari masyarakat, mencerminkan stigmatisasi penjulukan "jemari bertangkai" melalui pesan komunikasi verbal "tertawa" melihat tampilan diri penyandang oligondaktili memiliki kelainan fisik, termasuk kategori "*public stigma*," penilaian masyarakat terhadap kelompok tertentu, di mana penilaian berdasarkan sosial budaya yang dianut (Corrigan dan Watson, 2002: 7). Dalam konteks interaksi sosial, tindakan ditampilkan masyarakat adalah cemohan melalui pesan komunikasi verbal dengan tertawa yang diterima penyandang oligodaktili, mencerminkan stigmatisasi sebagai tindakan penjulukan. Tindakan tersebut memunculkan tampilan diri panggung belakang "ingin membunuh diri" melalui pesan komunikasi nonverbal "memukul diri" memicu penyandang oligodaktili "pengisolasian diri" ditandai perasaan emosional merefleksikan cemohan akan kondisi kelainan fisik dialami untuk menghindari interaksi sosial pada lingkungan.

Bagi penyandang oligodaktili peristiwa komunikasi terjadi di pasar, seperti interaksi sosial dengan penjual sayuran yang dianggap bahwa kelainan fisik dialami dirinya menjadi penyebab munculnya proses komunikasi tampilan panggung depan "penghinaan" dilakukan penjual sayuran yang diterima penyandang oligodaktili dengan pesan komunikasi verbal "kepribadiaan dan kemampuan" diri berdampak melemahkan. Tindakan diterima dengan pengelolaan kesan "minta maaf" melalui tampilan diri pesan komunikasi verbal sebagai panggung belakang dalam melindungi "harga diri," guna memperoleh perasaan hormat dan kemulian dari masyarakat. Ungkapan ini senada dikemukakan oleh Argyle (1994: 89)

bahwa "pengelolaan kesan memiliki motivasi primer untuk mempertahankan dan atau meningkatkan harga diri ... ." Para penyandang oligodaktili melakukan pengelolaan kesan pada panggung belakang dengan tampilan diri didasarkan motivasi untuk mempertahankan "kepribadiaan dan kemampuan diri" dalam melindungi "harga diri" memiliki kelainan fisik.

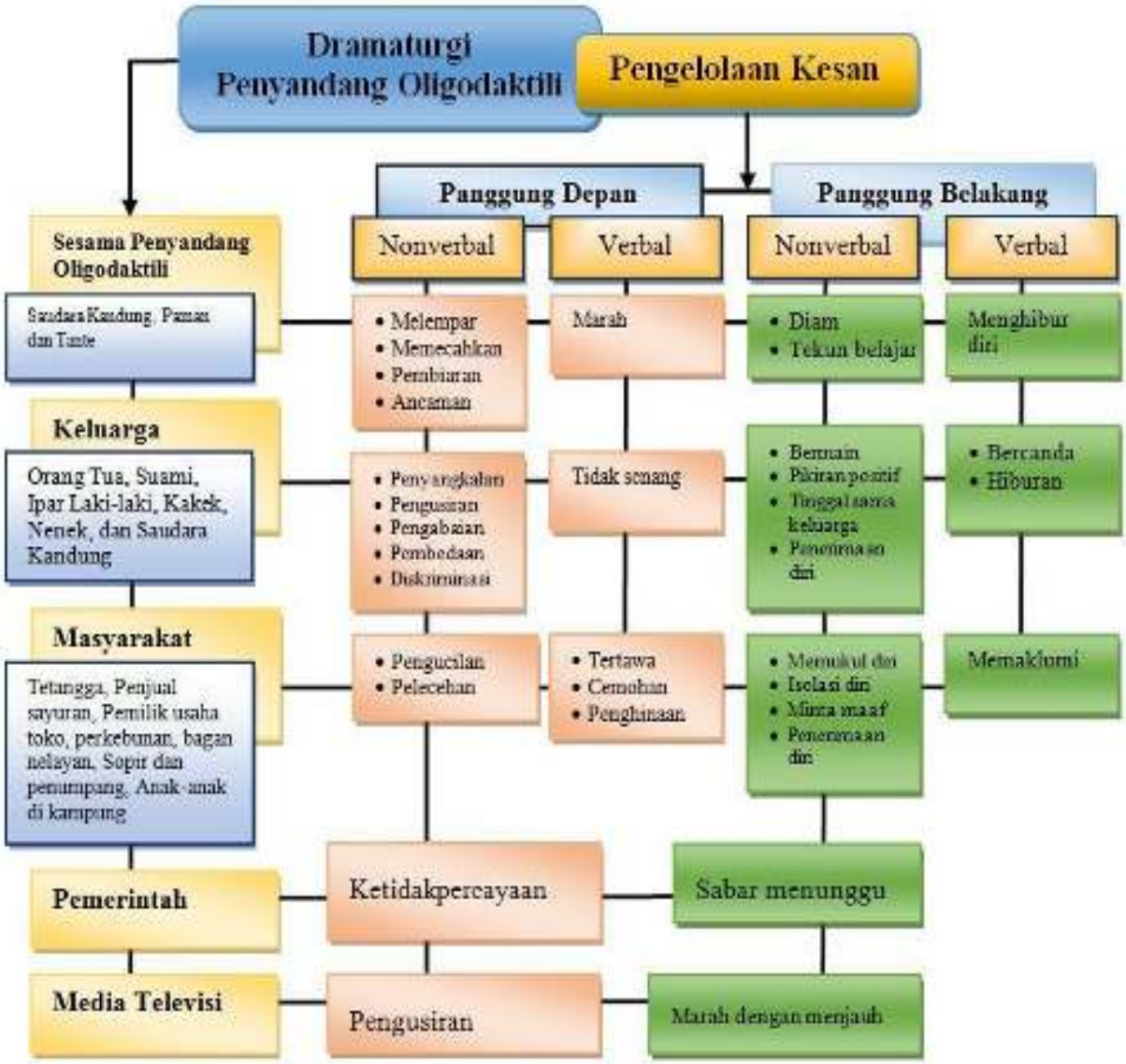
Relasi sosial dengan masyarakat memunculkan "pelecehan" diri diterima penyandang oligodaktili melalui pengelolaan kesan panggung depan, dianggap sebagai pengusiran disebabkan dari kelainan fisik dialami, "*Malu rasanya, air mati mau jatuh, di usir punya toko*" (Ulhadi). Tindakan pelecehan merupakan pesan komunikasi verbal "penghinaan" dikelola dengan kesan pada panggung belakang "sabar" melalui komunikasi nonverbal "diam dan memendang perasaan."

Tindakan diskriminasi sosial pada masyarakat dipicu kelainan fisik di alami penyandang oligodaktili, seperti "*Di ledekin, yaa tidak apa-apa, nanti teman-teman berhenti meledek*" (Subaco) dengan tampilan panggung depan "pengucilan" diri diterima dengan pesan komunikasi nonverbal "menjauhi diri," seperti dijelaskan Goffman (1963: 3) sifat interaksi dan komunikasi tergantung pada "*discredit stigma*" aktor menganggap perbedaan telah diketahui oleh anggota penonton atau jelas bagi mereka (seperti, orang yang tubuh bagian bawahnya lumpuh atau kehilangan anggota badan)." Untuk menetralisasi perlakuan ini, mereka mengelola kesan pada panggung belakang ditampilkan dalam bentuk diri "memaklumi" melalui pesan komunikasi nonverbal "tindakan diam, dan memendang perasaan" diri memiliki kelainan fisik sejak lahir.

Penyandang oligodaktili di Kampung Ulutaue, kurang lebih empatpuluh tahun menggeluti pekerjaan nelayan dan melakukan interaksi sosial dengan lembaga pemerintah, seperti Kepala Desa Mario dan Wusto Kecamatan Mare Kabupaten Bone, dinas-dinas kepemerintahan meliputi Dinas Perikanan dan Kelautan, Perindustrian dan Perdagangan, Kehutanan dan Pertanian, Dinas Kesehatan Kabupaten Bone sebagai lembaga penguatan pada diri.

Interaksi sosial dengan pemerintah merupakan proses komunikasi kepedulian mengunjungi penyandang oligodaktili, proses pembelajaran, perhatian program pemberdayaan, dan dukungan bantuan pemberdayaan. Tindakan proses komunikasi lembaga pemerintah, penyandang oligodaktili menampilkan pengelolaan kesan pada panggung depan "ketidakpercayaan" sebagai pesan komunikasi nonverbal "ketiadaan realisasi" bantuan pemberdayaan yang sudah diprogramkan pemerintah dalam bentuk "surat keputusan" dikeluarkan Kepala Dinas dan atau kepala bagian Pemerintahan di Kabupaten Bone. Penerimaan tindakan pengelolaan kesan "sabar menunggu" melalui tampilan diri pesan komunikasi nonverbal pada panggung belakang mengenai keterlibatan pemerintah dalam dukungan sosial, khususnya pemberdayaan dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi nelayan masih dianggap kebijakan pemerintah belum berpihak kepada mereka.

Tindakan media televisi melakukan peliputan terhadap penyandang oligodaktili, peliputannya tidak berhasil atau gagal, media televisi diusir supaya tidak melakukan peliputan. "Pengusiran" sebagai tampilan panggung depan penyandang oligodaktili, karena terganggunya psikologi diri dan sosial dari peliputan media televisi yang sebelumnya mengkonstruksi penyandang oligodaktili melalui pesan komunikasi verbal, seperti "manusia jari kepiting, kampung manusia jari kepiting, dan fakta unik keluarga bertangan kepiting." Konstruksi media tersebut sebagai tampilan pengelolaan kesan "perasaan marah, trauma, dan emosional" panggung belakang ditampilkan pada diri penyandang oligodaktili dengan perasaan malu dan menghindar melakukan interaksi sosial dengan lingkungan di sekitarnya dan melemahkan diri mereka memiliki kelainan fisik untuk melakoni kehidupannya lebih baik.



Gambar 3. Pengelolaan kesan penyandang oligodaktili dengan perspektif dramaturgi
Sumber : Data Peneliti 2017

Semua interaksi sosial dalam proses komunikasi diterima penyandang oligodaktili dari sesama penyandang oligodaktili, keluarga, lembaga pemerintah, masyarakat, maupun media televisi melalui panggung depan kemudian terejawantahkan dalam bentuk taktik-taktik yang diterapkan penyandang oligodaktili sebagai panggung belakang dengan diam, tekun belajar, bermain, hiburan, menanggapi pikiran positif, tinggal bersama keluarga dari pihak ibu, keinginan bunuh diri, minta maaf, penerimaan diri, memaklumi, sabar menunggu, dan marah dengan menjauhi. Akumulasi dari semua hal itulah yang kemudian memunculkan berbagai sikap dari para penyandang oligodaktili yang tentu saja adalah fenomena yang wajar dan dialami. Burke (1968:133) sudah menegaskan bahwa dasar dari suatu tindakan, berawal dari pemahaman terhadap suatu kondisi dan tentu saja motivasi kedepannya.

Interaksi dan komunikasi memiliki dimensi hubungan terdapat dalam karakter hubungan tidak sehat sebagaimana dijelaskan Rogers bahwa "... individu memiliki sikap negatif kecenderungannya memunculkan ketidakharmonisan menciptakan ketidakcocokan pemahaman dalam kehidupannya" (Littlejohn dan Foss, 2009: 310). Proses komunikasi melalui pengelolaan kesan hubungan sosial menunjukkan adanya ketidaknyamanan pada lingkungan. Ketidaknyamanan disebabkan, baik pesan verbal dan nonverbal maupun dampak psikologi diri bersifat melemahkan diri penyandang oligodaktili.

Penyandang oligodaktili mengelola kesan pada panggung depan maupun di panggung belakang, dari bahasa verbal dan nonverbal ditampilkan dalam proses komunikasi sebagai upaya dilakukan untuk "memupuk kesan" dengan tujuan tertentu membekas pada individu lain, seperti dijelaskan Mulyana (2010: 108-109) "peran dimaksudkan sebagai "ekspektasi didefinisikan secara sosial yang dimainkan individu dalam suatu situasi untuk memberikan citra tertentu kepada khalayak yang hadir." Keterkaitan dengan ini, penyandang oligodaktili menampilkan perannya tersebut dan ingin memberikan tampilan diri supaya diterima di lingkungan sekitarnya melalui cara yang ditampilkan supaya dapat menimbulkan kesan.

Pengelolaan kesan penyandang oligodaktili ditampilkan dalam proses komunikasi pada interaksi sosial di lingkungan memperlihatkan penolakan akan kondisi kelainan fisik dialami. Tindakan pada lingkungan diterima penyandang oligodaktili yang menurut Mead dianggap "diri pada dasarnya bersifat sosial." Bagi Goffman, individu tidak hanya sekedar mengambil peran orang lain, melainkan bergantung pada orang lain untuk melengkapi citra diri tersebut (Mulyana, 2006: 110). Penyandang oligodaktili dapat menampilkan diri dalam bentuk pengelolaan kesan saat berinteraksi dan berkomunikasi dengan lingkungan. Seperti juga pendapat Mulyana (2006: 112) bahwa pengelolaan kesan "digunakan untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu" sehingga tampilan diri akan kondisi kelainan fisik disajikan dapat diterima pada lingkungan. Konsep dikembangkan oleh Goffman menjadi rujukan yang baik untuk menggambarkan

pengelolaan kesan ditampilkan, baik pesan komunikasi verbal maupun nonverbal yang terinspirasi oleh teori dramaturgi.

Para penyandang oligodaktili yang sudah memiliki pola pikir dan memiliki pengalaman tertentu, akan menerapkan beberapa taktik dalam pengelolaan kesannya sebagaimana ditunjukkan mereka pada keluarga dan masyarakat. Apapun itu, yang diperlihatkan tetap saja keinginan untuk berkamuflase dan menjaga posisi dirinya di mata keluarga dan masyarakat. Baik itu bermain, hiburan, menanggapi pikiran positif, minta maaf, sabar, ingin bunuh diri, dan memaklumi, semuanya adalah bentuk untuk mempertahankan posisi dan harga diri memiliki kelainan fisik. Seperti inilah yang terus dilakukan dan semuanya merupakan realitas yang muncul dari fenomena dialami sebelumnya. Kerangka pengalaman, interaksi sosial pada keluarga dan masyarakat, serta pengetahuan yang ada, menjadi faktor dasar dalam membentuk proses komunikasi mereka pada lingkungan keluarga dan masyarakat.

Proses komunikasi diterima penyandang oligodaktili akan kondisi kelainan fisik dialami sebagai penolakan tindakan komunikasi dari masyarakat, seperti penghinaan, pengucilan, dan pelecehan dianggap stigmatisasi berdasarkan tindakan diskriminasi terjadi karena adanya ketakutan pada lingkungan masyarakat, seperti kelainan fisik akan menular, penyakit diabetes akan menular, dan makanan menjijikkan dan takut di makan. Tindakan penjulukan diterima dalam penolakan dari masyarakat, seperti jari bertangkai dan atau manusia jari kepiting, aib untuk lingkungan di sekitarnya.

Stigmatisasi diterima akan kondisi kelainan fisik dialami dalam tindakan penjulukan dan diskriminasi akan melemahkan diri mereka yang merasakan diri tidak berharga, tidak berguna, tidak berdaya, menurunkan motivasi untuk menjalani kehidupan, dan menarik diri pada lingkungan untuk melakukan interaksi sosial. Stigmatisasi kondisi kelainan fisik dialami dan bagi Goffman melihat ada kesenjangan antara citra diri yang individu inginkan ketika melakukan interaksi dan komunikasi pada lingkungan, dengan stigma mereka miliki, sehingga setiap individu memiliki stigma, akan memiliki sifat interaksi dramaturgis berbeda, tergantung kepada jenis stigma dimilikinya (Kuswarno, 2009: 102).

Penyandang oligodaktili memaknai kelainan fisik secara simbolis tidak muncul dengan sendirinya dan ketika mereka melakukan interaksi sosial, mengelola kesan yang diharapkan tumbuh pada orang lain terhadap dirinya. Pandangan Goffman, tidak terlepas dari gagasan Cooley dalam (Mulyana, 2006: 73) dengan "*the looking-glass self*" menyatakan bahwa cara individu membangun peran dalam interaksi sosial bergantung dari pola persepsi. Pola persepsi itulah menentukan cara pandang yang digunakan penyandang oligodaktili dalam mereaksikan dirinya pada lingkungan di sekitarnya.

Mengartikulasikan interaksi sosial penyandang oligodaktili dengan teori tersebut dapat dipahami bahwa mereka melakukan interaksi sosial melalui proses komunikasi, tidak terlepas dari penilaian mereka terhadap sesama penyandang oligodaktili, keluarga, masyarakat, lembaga pemerintah, maupun media televisi dalam membawa realitas kelainan fisik kepada dirinya.

Simpulan

Penyandang oligodaktili sebagai subjek penelitian telah mengelola kesan pada panggung depan bersama dengan sesama penyandang oligodaktili, keluarga, masyarakat lembaga pemerintah, dan media televisi memperlakukan dengan menciptakan ketidaknyamanan, penghinaan, pengucilan, pelecehan, penyangkalan, dan penjulukan merupakan stigmatisasi, karena adanya ketakutan seperti kelainan fisik akan menular, penyakit diabetes akan menular, dan makanan menjijikkan dan takut di makan.

Interaksi sosial dalam proses komunikasi diterima melalui panggung depan kemudian terejawantahkan dalam bentuk taktik-taktik yang diterapkannya sebagai panggung belakang dengan diam, tekun belajar, bermain, hiburan, menanggapi pikiran positif, tinggal bersama keluarga dari pihak ibu, keinginan bunuh diri, minta maaf, penerimaan diri, memaklumi, sabar menunggu, dan marah dengan menjauhi. Akumulasi dari semua ini dapat melemahkan psikologi diri dan sosial penyandang oligodaktili dari kelainan fisik dialami.

Penggunaan teori tindakan sosial dan dramaturgi telah bermanfaat dalam mengeksplorasi interaksi sosial dalam proses komunikasi tampilan diri penyandang oligodaktili sebagai upaya untuk memupuk kesan secara verbal dan nonverbal yang telah digunakan untuk menyesuaikan panggung depan mereka dan untuk meminimalisasi perasaan malu, rendah diri atau untuk menumbuhkan citra yang lebih baik di depan orang lain sebagai panggung belakang.

Penelitian ini telah membahas beberapa aspek interaksi sosial dalam proses komunikasi penyandang oligodaktili. Banyak aspek lain masih perlu dilakukan penelitian, salah satunya adalah bagaimana makna diri penyandang oligodaktili. Telah ditemukan, misalnya mereka berbeda bentuk organ fisik dengan orang lain, dan kelainan fisik dialami memiliki kekhasan sosial budaya dan anugerah dari Allah SWT. Tentu saja topik ini berada di luar diskusi kita saat ini.

Daftar Pustaka

Agustini, Prima M. (2012). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Jasa Terhadap Pencitraan Pasien Mengenai Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja: Survei Eksplanatori mengenai Pengaruh Komunikasi Pemasaran Jasa terhadap Pencitraan Pasien Mengenai Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja Melalui Risiko, Kualitas Jasa, dan Posisi Jasa yang Diterima Pasien Periode Juni-September 2011 di Kota Bandung*. Unpublished Doctoral Dissertation Padjadjaran University.

Argyle, Michael. (1994). *The Psychology of Interpersonal Behaviour*. USA: Penguin Books Limited.

Arrianie, Lely. (2006). *Kekerasan dalam Komunikasi Politik* (*Studi Dramaturgis Tentang Peristiwa Kekerasan dalam Penyampaian Pesan-Pesan Politik di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia*). Unpublished Doctoral Dissertation Padjadjaran University.

Bahfiarti, Tuti. (2011). *Komunikasi Antarpribadi Mantan Narapida Perempuan dalam Adaptasi Diri dan Pengembangan Hubungan pada Masyarakat Bugis-Makasar di Kota Makassar*. Unpublished Doctoral Dissertation Padjadjaran University.

Burke, Kenneth. (1968). *Dramatism, in International Encyclopedia of the social Sciences*. New York melalui <http://uclinks.org/twiki/pub/SolanaBeach/PdfWeek5/Overington_BurkeArticle.pdf. [04/15/2016].

Brown, William J. and Marcela AC De Matviuk. (2010). "Sports Celebrities and Public Health: Diego Maradona's Influence on Drug Use Prevention." *Journal of Health Communication* 16., h.726-749.

Corrigan, Patrick W and Amy C. Watson. (2002). *The Impact of Stigma on Service Acces and Participation* (A Guideline Developed For The Behavioral Health Recovery Management Project). University of Chicago Center For Psychiatric Rehabilitation. http://www.bhrm.Org/guidelines/stigma.pdf.(06/24/2016).

Creswell, John W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design:Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks: CA. Sage Publication Inc.

Denzin, Norman K. Yvonna S. Lincoln. (2005). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications.

Gibson, DeWan and Mei Zhong. (2005). "Intercultural Communication Competence in the Healthcare Context." *International Journal of Intercultural Relations* 29., h. 621-634

Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self Everyday Life.* Harmondworth: Penguin.

Hartanto, Huriawati. (2002). *Kamus Kedokteran Horland WA. Newman*. Jakarta: EGC.

Iba, La. (2005). *Hubungan antara Komunikasi dari Paramedis dengan Sikap Pasien Rawat Inap Mengenai Layanan Perawatan: Studi pada Layanan Perawatan Medis Rumah Sakit Umum Daerah Propinsi (RSUP) Sulawesi Tenggara*. Unpublished Master's Thesis Padjadjaran University.

Kuswarno, Engkus. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjadjaran.

Lee, Chul-Joo. (2008). "Does the Internet Displace Health Professionals?" *Journal of Health Communication* 13., h. 450-464.

Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. (2009). *Theories of Human Communication.*8th ed. Belmont California: Wadsworth Publishing Company.

Mulyana, Deddy. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya.* Cet.V. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 1980 Tentang Usaha Kesejahteraan Sosial Penyandang Cacat.

Primack, Brian A., Jaime Sidani, May V. Carroll, and Michael J. Fine. 2009. "Associations Between Smoking and Media Literacy in College Students." *Journal of Health Communication* 14., h. 541-555.

Rakhmat, Jalaluddin. (1989). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rohim, Syaiful. (2011). *Konstruksi Diri dan Perilaku Komunikasi Gelandangan di Kota Jakarta* (*Studi Fenomenologi Terhadap Julukan Gelandangan "Manusia Gerobak*"). Unpublished Doctoral Dissertation Padjadjaran University.

Sulaeman, (2014). *Konstruksi Makna dan Perilaku Komunikasi Penyandang Oligodaktili* (*Studi Fenomenologi Penyandang Oligodaktili di Kampung Ulutaue Kabupaten Bone*). Unpublished Doctoral Dissertation Padjadjaran University.

Sulastri, Irta. (2015). *Komunikasi Dakwah di Kota Padang* (*Kajian Fenomenologi Tentang Perilaku Komunikasi Dai dalam Berdakwah di Kota Padang*). Unpublished Doctoral Dissertation Padjadjaran University.

Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1997 Tentang Penyandang Cacat.

FAMILY COMMUNICATION ON SINGLE MOTHER FAMILIES

Lucy Pujasari Supratman
Communication Department,
Faculty of Communication and Business
Universitas Telkom, Bandung, Indonesia
Jl. Telekomunikasi No. 01, Terusan Buah Batu, Sukapura, Dayeuhkolot,
Bandung, Jawa Barat 40257. Telp. (022) 7564108
Email : lucysupratman@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The filing of divorce by women is increasingly today. There are at least 553 divorce cases registered to Bandung Religious Court in 2017. Most dominate divorce applicants were proposed by women. The purpose of this study was to describe the form of family communication done by single mothers to their teenagers as a single parent. The methods used in this research is qualitative with the analytical case study approach. The researcher interviewed five single mothers who lived in Bandung. The result was the interpersonal communications on all informants were divided into coercive and democratic communication. The democratic communication is the most effective communication form to build a strong bond with the teenagers in a new single family. The contribution of this research is providing a new model of interpersonal coercive communication.

Keywords*: Interpersonal Communication, Single Mother, Divorce.*

Abstrak

Pengajuan perceraian oleh perempuan semakin hari semakin banyak. Sedikitnya ada 553 kasus perceraian terdaftar di Bandung untuk mencapai pengadilan agama di 2017. Pengajuan perceraian tersebut banyak didominasi oleh perempuan. Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh orang tua tunggal kepada anak-anak mereka setelah perceraian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Narasumber dalam studi ini ada lima ibu tunggal yang tinggal di Bandung. Hasil dari studi ini adalah ada dua komunikasi interpersonal pada semua informan, yaitu komunikasi koersif dan demokratis. Komunikasi demokrasi adalah bentuk komunikasi yang baik dan efektif. Selain itu komunikasi tersebut adalah yang paling kuat dan kokoh untuk membangun ikatan antara orang tua tunggal dan anak-anak mereka dalam sebuah situasi keluarga yang baru. Kontribusi penelitian ini berupa model baru mengenai komunikasi koersif antarpribadi.

Kunci: komunikasi interpersonal, ibu tunggal, perceraian.

Introduction

Bandung city occupies the third highest divorce position in Indonesia. From the data obtained at Bandung Religious Court, 5890 cases were handled by courts in 2016. The highest reason of 70 percent was dominated by economic factors (5205 cases). Bandung City Religious Court (Jalaludin, 2017) revealed the total numbers of 5,890 divorce cases were filed by women to husbands. There were 553 divorce cases were mostly proposed by women during January 2017 in Bandung Religious Court.

The filing of divorce by women has not become a sacred thing nowadays. Women today are daring to file for a divorce (Supratman, 2017). In interviews with informants, women must have the courageous in deciding their lives and gaining equality in self-actualization. Some of them have well-financially and are independence to survive without relying on their husbands. However, inequality in the

appreciation given by the husband made them feel to be the subordinate in the family. They are seen to be the objects in marriage rather than being subjects with equal rights. They feel that they do not get equal justice which benefits both sides.

Most informants said that they are always at a low point in the function of marriage, even though their economic level is higher than their counterparts. They are also the ones who support the family economy without getting a reward for their efforts to improve the standard of family life. Similarly, in domestic duties, women feel burdened with doing their homework without being helped by their spouses during their marriage. Suciati (2013) stated that the divorce reason happened in Indonesia due to the couples who are no longer upholding openness and trust. Beebe (1996) said that it is not a good marriage if any member of persons cannot live cooperatively with one another over time in common living space.

A family where the spouses avoid doing cooperative family tasks has a great tendency to be separated. Their ex-husband order and ask the wives to do domestic obligation alone, rather that work together. Devito (2004) explained that having the clear role play among family members will tighten family communication relationship and emit internal conflict.

These divorce reasons should be communicated in an appropriate way to the young teenagers (their children). The way of communicating with a single mother will shape the new family atmosphere. They shall be told that the divorce reason will not be a primary focus again to be discussed after the divorce or the opposite of that. The divorce reason becomes the shield to blame their father. When it comes to the second option, the communication way of a single mother will affect to reject the father existence in a single family. It means the divorce intention still cannot be saved by both parties.

Family communication of single mother is shaped with a different condition. The single mothers need to change their children frame of mind about the divorce decision. They try to influence them through verbal and nonverbal communication. The goal of using this interpersonal communication between single mothers and their children is to make the young teenagers accept the divorce without blaming themselves or anyone else. Also, it can make the stronger bond of the broken family relationship between single mother and the teenagers after the divorce conflicts. Teenagers from divorce family have been documented in the literature that they are subject to cognitive, behavioral, and affective problems within the first year of separation/divorce (Anderson, 1994). It is still in Anderson research, the majority of children of all age groups was reported to have significant psychosocial problems following parental divorce, and these problems varied according to the child's age. Youngest children were whiny, fearful, and aggressive, exhibited regressive behavior, and were possessive. Preschool children did not appear to understand the divorce and blamed themselves for their parents' separation. School-aged children experienced mixed feelings of sadness, anxiety, and anger. Many of these children had conflicts of divided loyalty and wished that their parents would reconcile.

Seeing the phenomenon of the increasingly changing position of women who switched positions from women who dare to sue the divorce to the religious court, it has become the interesting subject of the family communication to examine their interpersonal communication in a new family form. Lichtman (2013) said that the cooperation between parents and their young teenagers had been the subject of intensive research in recent decades. This research focused on the form of single mother family communication to their teenagers after the divorce. This issue is very useful to be discussed as it will contribute to the development of family communication modeling. Besides that, some forms of communication applied by a single mother are an ideal form of communication to be used by other single mothers. The purpose of this study was to describe the form of family communication done by single mothers to their teenagers as a single parent.

Research Method

I use a qualitative explanatory case study in describing the type of communication pattern of a single mother after the divorce. Based on Yin (2010), the approach of elaborating the uniqueness of a case needs to use an explanatory qualitative study. The research question on 'How' and 'Why' related to the participant observation in gaining the field data from the informant. There are ten single mothers who are involved in this research. They asked the divorce plea to the court to get the divorce agreement and the interpersonal communication made by them in daily life. I gained the informants through purposive sampling with the characteristics (1) Single mothers who have been through the divorce for 2 years or more; (2) Single mothers with the 'divorced' status; (3) Single mothers who have children in teenagers ages; (4) Single mothers with good financially record; (5) Well-educated single mothers.

The research object is the interpersonal communication pattern of single mothers. These patterns should be analyzed in a purpose to fulfill the ideal of communication pattern for single mothers. The technical data analysis is observation, in-depth interview and observation. After the data obtained, I did four steps triangulation data. I interviewed and did the observation to five single mothers for one year occasion. After the interview transcripts and field notes collected, I reduce all data through categorization. In reducing the data, I categorized it based on construct on a second degree, member checking, and data triangulation.

Result of Research and Discussion

Single mothers in this study have proposed their divorce by their plea to the religious court. The reasons for having the divorce plea are not primarily due to economic or other general issues (such as the involvement of the third party and so on). These ten informants of single mothers submitted their divorce to get the respect. This finding has been a novelty to the fact that the main reason for having the divorce is the lack of self-acceptance from both parties. The single mothers decided not to marry for wanting the freedom to live and raise their teenagers as their parenting way. They feel free of the insolence and injustice with the first initiator to propose the divorce.

Tong (2009) said that it is women who determine whether the human species continues and whether there is life or no life. Women must guard and celebrate this life-giving power, for, without it, men will have even less respect and use for women than they have now. Hence, they are better off alone and feel happier in living their own lives. They dare to face independent life to raise children. Single mothers dare to decide their choice of life in achieving happiness and pursuing higher education to get more respect. Chandler (2010), talked about the emerging effort of a single parent in pursuing the education. The participants sought graduate degrees as a means to improve the standard of living for themselves and their families.

All informants in this research put education in the first rank to get a better wage. Having the experiences of being single mothers has opened their mind frame to increase the quality of life as the breadwinner. Similar research has done by Nelson (2009) that how low single mothers keep providing themselves with a good education. Even they have to struggle with the persistence in studying from the first year to four-year in the college.

Post-divorce communication is the most difficult things to do for a single parent to fix the interpersonal communication. All informants told about the difficulties of telling the divorce reason to their young teenagers. Many of the teenagers required more time to adjust their mother decision to be the first divorce plea to the religious court. They could not understand about their mother's condition who are suffered by the unfair and unappreciated. This is where the interpersonal communication of single mothers takes an important role to approach the young teenagers and makes them understand the divorce reason.

The form of communication which is performed by single mother and female adolescents in communicating each other, shaped in a variety of forms. There are single mothers who decided not to get married but being coercive for not allowing the teenagers to meet her father. This type of single mother is still feeling hurt (not willing to reconcile) to her ex-husbands. They already feel able regarding economic / well established too. However, the young teenagers are less comfortable at home and need more time to adapt to the environment of new family form. There are also single mothers who apply the democratic interpersonal communication by involving their children to make a decision. In democratic interpersonal communication, the single mothers dismiss the selfishness feeling and prioritize the psychological development of their children. They keep building a conducive single family atmosphere to maintain the loving bond of single mothers with their son/daughter.

Single mother communication with the teenagers runs intensively. They communicate more in the form of mutual emotional communication due to the sex similarity. The teenagers get positive feedback in the presence of single mothers who listen attentively to the outpouring of teenager's stories. Listening which is done by single mothers can be interpreted as an activity that manifested in the process of sending back to the speaker about our thoughts, meaning of the contents and feelings of the speaker.

The interview with a single mother (first informant) told that the interpersonal communication shaped by the willing to share each other feeling. They can chat freely every day. Single mother melted the thick atmosphere by asking the condition first to the children. The chat topics are friends, school, to teenage romance problems. The place they chatted was spent in the dining room, so the interpersonal communication will not be too formal. The dining table full of food and beverages is placed where every chat started easily. While they do the chatting, they can enjoy the available food. When the atmosphere is created comfortable and relaxed, the communication message will be easy to be delivered by single mothers. They can dig each other problems and share information together.

"We chat every day. The chat topics are about school, event competitions, extra lessons, we chat all stuff. I'm the one who invited my children first to have a chat; I listen to their stories. The dining table is the most favorite place to chat while having food."

This democratic communication formed by a single mother will always open good conversational question. The single mother's question mostly starts with 'how. The role of a single mother in the chat is as a listener, though sometimes they come to provide solutions through the thought of a wise mother. Single mother communication and female teenager build a strong emotional relationship to look for the problem-solving. Their communication uses a lot of affective rather than cognitive. But, it becomes a strong bond between single mothers and their female teenagers. Based on the interview session, the single mother will continue to think of the solution of family problems. They have to combine their roles as a mother and a father on one occasion. Once they face the problem, the single mother needs to use their masculine thought to get the solutions.

"I shall speak to the children, if there are little things to be discussed, just tell me…we'll figure out the way together. I like to say to the kids, pray me always with good health so our food canteen will have a lot of customers."

Second informant has become the initiator of communicator to melt the communication between her male teenagers. She communicated through patience. She patiently listened to the anger of their sons who blamed second informant and her husband for the state of the divorce. The second informant is very silent. She rarely speaks unimportantly very often. For some time, this form of silent communication makes the children realize their selfishness. She was relieved when she could get the children to start listening to the reason for divorce after a few minutes of silent communication.

"I was very quiet at home after the divorce with the children father. The kids blamed me of the divorce, but I never respond it. I just let them stand until they are content to blame me as the reason of splitting. For a long time they think why I keep silent, then in one moment they finally ask me. I ask them when is their free time to listen to my story without being paused by their anger, then they give me the spare time. I give a long explanation if their father do not want to commit to our marriage again, their father has another woman."

The patience of the second informant's to find a suitable time to dampen the emotions of children to speak from heart to heart with children addressed with nonverbal communication. The second informant rubs male teenager backs after allowing the fourth informant to speak without the emotional state. She also gives a discourse on how a man should be in a family. According to her, a father role is to protect the family, while children and

wife should be protected. Reinforcement communicated by single mothers and male teenagers have refreshed the rigidity of relationships to make self-disclosure easier. Communication exchange becomes more balanced because each party has the same interests.

"Instead of getting angry with the kids who blame me for this divorce, I was just listening to them. I am often crying in the room alone or crying while praying. It's hurt me. I search for a positive runaway to do Qur'an recital, night praying, do the Sunnah fasting Monday and Thursday. Alhamdulillah it turns out my endeavor to bring the positive results, children accept my decision to divorce, they even give more attention to me."

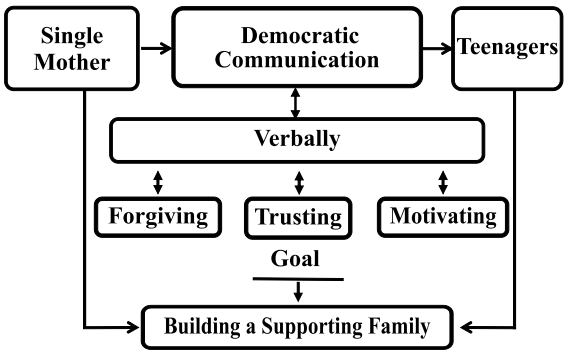
The interpersonal communication of the third informant is precisely by giving full trust to their children. After the divorce, the male teenager of the third informant became a frequent hooker in school and an active smoker. In the beginning, the third informant did not believe the report about her son who likes to play truant from his school. She still trusts her son without any suspicious thought. Her children always go to school every morning and come home at noon. However, some neighbors keep reporting that the children didn't go to school. He played to his friend house to have smokes together. Once again, she denied that her son could not smoke and play truant after her son confesses by his own.

"I get the information about my play truant son on his final report at second grade. His teacher said that my son often skipped the classes. I do not believe; I do not know why I do not believe my son did the play truant. Some neighbors have also been reported about my son who smoked with his friends. I talked about my neighbor's report and his school teacher; I said I don't believe every single word they said about my son. I believe he's a good boy. Suddenly, he surprised me with his confession, he cried and apologized to me, whether what people said are true. He asked me, why I should be so much trust in him, well its definitely because I love him more than anything. Since his confession, we are so much closer each other until now. "

The message management (trust) communicated by the single mother (third informant) to her son has resulted in positive interaction. Her son becomes honest and can manage the conversation with good interaction. Honesty in interacting makes the third informant son becomes more obedient to his mother's wishes. Her son did not want to waste her mother's confidence anymore. The third informant understands her son's bad behavior is the form of seeking the attention of her. The third informant realized the time she spent she had been working had reduced the time they communicated at home. Now, the son of the third informant has begun to accept her mother's busyness. It is because she works with the orientation of fulfilling the needs of her son and as a responsible single mother. Nevertheless, they mostly do the communication process by using nonverbal communication interaction.

Democratic interpersonal communication means to have a happiness communication in a family. It is a communication form to improve the relationship with all family members. Wahlroos (1976) told in her book that the great happiness and the deepest satisfaction in life, the most profound inner peace all come from being a member of a loving family. Even the family is getting divorced or separated; the family member will keep learning how to create a harmonious condition between the single parents and the children in a democratic communication.

Some informants (single mothers) use democratic interpersonal communication to convey positive messages to their children. The figure beyond describes the democratic communication in verbally form.



Picture 1.
Democratic Interpersonal Communication
Source: Research Data (2017)

The coercive of interpersonal communication to second informants occurs when their female teenager see their mothers cry instantly. Crying for women is an expression of sadness over the pain. Single mother cried because of the injustice from their husband. This second informant has a long desire to divorce. After their children grow into female teenager, this single mother was daring to ask for a divorce. Single mother communicate her feeling firmly of expressing her distress. Moreover, their children finally forced to hate their father because they have known the truth of her mother tortured feelings.

"I've cried in burst because I cannot hold this tortured feeling, the children are deliberately see me crying. I express my willing to have divorce to the children, I said to the children… please I cannot take this any longer.."

In the fourth informant case, she still stays with her ex-husband until the court has legalized their divorce letter. But, they avoid each other's conversations and stares during the divorce process. After the letter of divorce issued by the religious court, the fourth informant left the house. She asked her daughter to come live together with her. The informant demands her daughter not to make any contact with her father. The heartache has made the informant difficult to forgive her ex-husband. Bad stories about the ex-husband are told by the informant to her daughter.

The fourth informant continues to demand her children by staying their father away. Their father cannot provide them a proper life. Otherwise, the informant can give proper education, food, and a house to stay. She compared the life between following their father with no future at all or following her. She told the children that their father is not a man with pride and remind their lucky existence if they prefer to live with her. The words like being ungrateful of having a husband like he has made the children want to protect her mother from her father.

" We break the fast at the street food stall. I pointed my finger at a man who sleeps on the streets. I spoke to them; you are my sons. Don't you guys give up on the situation…Don't be like your father who abandoned us…unresponsible man. Abandoning his own family and away to support other people. I said to the kids, I always here for them. We can eat well, afford to pay for school, sleep on the mattress. You will not get those if you go with him."

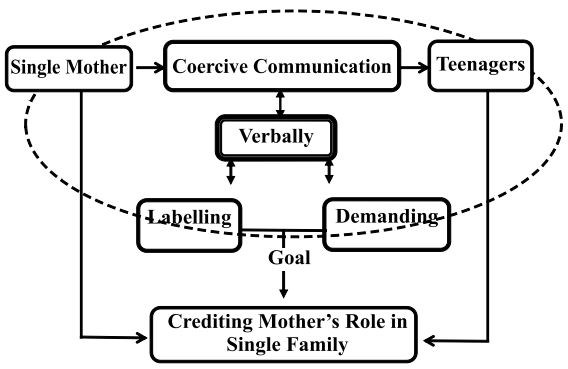
The communication between single mother and single mother (fifth informant) with a male adolescent in interpersonal communication encourages the coercive process of refusing their father existence. Single mother communicates in a firmness tone voice. The firmness forced teenagers mind to reject him as an abandoned father. The fifth informants cannot often hold back her tears when telling her feelings before the divorce. This honest statement inspires the teenagers to protect his mother over their father's ill-treatment. This single mother becomes part of coercive interpersonal communication that placed

negative experiences become the important message in a communication process. The fifth informant continues to support her children successfully by being grateful for having her as their loveable mother.

"I was left without living by my husband, so I propose the divorce. I reassure the children that even though they don't have father's role, I still love them and responsible for their life. "

Coercive communication which applied by these informants has reframed negative atmosphere in the family. The way of labeling their father as irresponsible and abandoned man reframed teenagers stress to cope with parents problem. The situation demands the teenagers in a difficult situation of engaging the parent's quarrel again.

Besides that, the informant's nonverbal interpersonal communication support the type of verbal communication in democratic and coercive communicating. The emotional attach expressed significantly in listening gesture, crying, patience and hugging to interpret democratic communication. While the insisting of facial expression, forcing gesture and firmness tone to strengthen the single mother dominance meaning in a coercive family. This is the table of nonverbal interpersonal communication:



Picture 2.
Coercive Interpersonal Communication
Source: Researcher Data (2017)

Table 1
Nonverbal Interpersonal Communication of Single Mothers

Nonverbal Communication	Single Mother Expression	Type of Interpersonal Communication
Facial Expression	Insisting	Coercive
Gesture	Listening	Democratic
Gesture	Forcing	Coercive
Emotion (kinesics)	Crying	Democratic
Emotion (kinesics)	Patience	Democratic
Haptics	Hugging	Democratic
Paralanguage	Firmness	Coercive

Source : Researcher Data (2017)

Nonverbal communication has a great portion of everyday interaction. As West (2006) said that nonverbal communication holds 65% portion of daily human communication rather than verbal communication with 35% portion. Budyatna (2014) explained the function of nonverbal communication to be the individual emotional. It reflects on the behavior of a person. The behavior would be expressed on the kinesics (eye contact, facial expression, emotion, gesture, posture, haptic) and paralanguage (pitch, volume, rate, and quality). These single mothers use facial expression, gesture, emotion, haptic and paralanguage in a motherhood manner. Beebe (1996) explained that nonverbal cues are important not only when people initiate a relationship, but also as people maintain and develop a mature relationship with others.

The feedback of using these nonverbal communications is the empathy from the teenagers. But not all teenagers express the empathy feeling to help their mother overcome the burdens as a single parent. Some teenagers only give the sympathy and keep doing the distance with their father. These single

mother often speaks in a firmness way and quite overprotected to the teenagers. Still, in Beebe (1996), all of us are more likely to use nonverbal cues to convey negative messages than to announce our dislike of something or someone explicitly. Therefore, this coercive communication cannot bond the intimate relation between the teenagers and their father. The bond reflects merely between the teenagers and their single mother.

Interpersonal communication on all informants in this study is divided into coercive and democratic interpersonal communication. Trenholm (2004) stated that effective interpersonal communication would be useful if there is a centralized work from central member in a communication family process. A single mother is a centralized work who actively communicates as the primary communicator in controlling the family member affective (single mother and her teenagers). The house atmosphere is controlled by the act of single-member toward the teenagers. A single mother with coercive interpersonal communication will make the house atmosphere rigid. Teenagers cannot express their want and feel free to her single mother. While single mother with democratic interpersonal communication have made the teenagers visionary and independent. They have a great struggle to overcome the barriers together as a new small family team (single mother and the teenagers).

Unlike the democratic interpersonal communication, coercive communication prioritizes the egocentric of a single mother couple after divorce. She is the only one who can decide every decision in her single family. While democratic communication is healthier for the single mother and teenagers. The form of democratic communications can make the single mother getting more in touch with their teenagers. They become very close and appear the awareness to keep working together to make every decision for the family. Their maturity attitude acts by subordinating the egocentric side and putting forward a wise attitude have made teenagers accept the divorce parents decisions with the big soul. In fact, being a single parent is not as easy as it looks. It needs the support of a whole member family to make this new family form (single parent and the teenagers) harmonious.

Conclusion

The success of informant communicating interpersonally with their teenagers comes from single mother democratic communication form. Democratic communication should always be imposed on teenagers from divorced family through spirit full motivations. The purpose of democratic communication is to convince the teenagers that they still get the same affection form the single mother. The divorce will not be a traumatic experience if the single mother can apply democratic communication. Teenagers souls will continue to grow by the outpouring fill of affection. Single mothers can play two roles at once. The first role is as a loving mother and father role as a protector. The adaptation of their single mother's self-communication (self-way, the psychological term) gives a sample to the teenagers that single mothers can be the right role model of the problem at hand. The role of a single mother in communicating her view of the divorce reason come from various forms of communication; there are coercive and democratic. Out of two

forms of communication, the democratic communication form is the ideal form of communication that can be applied by the singles to their teenagers.

Democratic communication is a form of communication where the single mother put herself closer to the teenagers with the purpose of explaining the life changes that they will be experienced in the future. Single mother explains openly and democratically about their mother's new status as a divorced lady in the public assessment. With good communication, the informants managed to get their teenagers to accept the divorce. The process of acceptance by informants to their teenagers does take a long time. It is not easy for them to face the dilemma of parental divorce. Single mother as a significant other continues to provide affection; good sample, spirit, and motivation as the primary role model for teenagers in facing the divorce. A sense of mutual love each other is the foundation to get good family communication.

References

Anderson, Beverly A. (1994). *Single Parent Family Strength.* A Dissertation at the University of Utah.

Beebe, Steve A, et al. (1996). *Interpersonal Communication: Relating to Others*. Massachusetts: Allyn and Bacon.

Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem. (2014). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana.

Chandler, Kelly Lynn. (2010). *An Exploratory Study of the Experience of Single Mothers in Higher Education: A Project-Based upon An Independent Investigation*. Northampton, Massachusetts, USA: A Theses at Smith College School for Social Work,

Devito, Joseph. A. (2004). *The Interpersonal Communication Book*. Boston: Pearson.

Devito, Joseph. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book, 13th Edition*. Boston: Pearson.

Lichtman, Tsfira Grebelsky. (2013). *Parental Patterns of Cooperation in Parent-Child Interactions: The Relationship Between Nonverbal and Verbal Communication*. Human Communication Research Journal. Volume 40, Issue 1 January 2014. Pages 1–29.

Nelson, Geraldine Hayes. (2009). *A Study of Single Mothers' Experience of Persistence at A Four-Year Public University*. State University College, USA: A Dissertation at Kent.

Wahlroos, Sven. (1976). *Family Communication*. New York: Signet Books.

Suciati. (2013). Kohesivitas Suami Istri Dalam Mewujudkan Keharmonisan Rumah Tangga: Studi Kasus di Gunung Kidul Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM. Vol 2, No 1.*

Supratman, Lucy Pujasari. (2017). *A Changing Paradigma of Interpersonal Communication in Divorce Family*. SHS Web of Conferences. EDP Sciences.

Tong, Rosemarie. Feminist Thought. (2009). Universty of North Carolina, USA.

Trenholm, Sarah dan Arthur Jensen. (2004). Interpersonal Communication. New York: Oxford University Press.

West, Richard & Lynn H. Turner. (2006). Understanding Interpersonal Communication: Making Choices in Changing Times. Thomson Learning, Inc: Belmont, USA.

Yin, Robert K. (2010). Studi Kasus: Desain dan Metode. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Internet

Akhmad Jalaluddin. Bandung City Religious Court. January 2017. *www.pikiranrakyat.com*. Accessed on November 18, 2017.

BAHASA INDONESIA LEARNING COMMUNICATION BY USING COOPERATIVE MODEL APPROACH

Syaiful Rohim
Study Program of Communication Science University of Muhammadiyah
Prof.Dr. HAMKA Jakarta
Jl. Limau 2, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12130.
Telp. 08159349713, Email : syaiful_rohim@uhamka.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to test the student's learning achievement in class VIII SMPN 1 Bayongbong by using interactional education communication strategy in learning Indonesia Language by using "cooperative learning (CL)" model which is done by the teacher in class. "Cooperative learning" model is a learning model which emphasizes that every learning process, students are active in build their knowledge (student-centered). This research is using positivism paradigm with the quantitative approach as a method to measure how far the impact of the independent variable to dependent variable. This research takes two classes as a sample.One class as an experiment class consists of 36 students who are using the cooperative model in the teaching-learning process, and the other class consists of 34 students as a control class which is using conventional method. The experiment result shows that learning communication strategy by using cooperative learning model has significantly influenced the student's learning achievement. This thing is supported by the data that shows student's achievement in learning Indonesia Language is better than the student's achievement which is using conventional learning communication strategy. The contribution of this research is to provide information to educators about better strategies in learning the Indonesian Language for students.

Keywords: *communication strategy, cooperative learning, quasi-experiment.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji prestasi belajar siswa di kelas VIII SMPN 1 Bayongbong dengan menggunakan strategi komunikasi pendidikan interaksional dalam pembelajaran Bahasa Indonesia melalui model "*cooperative learning*" yang dilakukan oleh guru di dalam kelas. Model "*Cooperative Learning*" adalah model pembelajaran yang menekankan bahwa setiap proses pembelajaran, siswa aktif membangun pengetahuan mereka sendiri (berpusatpadasiswa). Penelitian ini menggunakan paradigma positivism dengan pendekatan kuantitatif sebagai suatu metode untuk mengukur sejauh mana dampak variable independen dan variable dependen. Penelitian ini mengambil sampel dua kelas. Satu kelas sebagai eksperimen kelas terdiri dari 36 siswa yang menggunakan model *cooperative* dalam proses belajar mengajar dan kelas lainnya terdiridari 34 siswa sebagai kelas kontrol yang menggunakan metode konvensional. Hasil riset menunjukkan bahwa strategi pembelajaran dan komunikasi kooperatif berpengaruh signifikan terhadap prestasi belajar siswa. Hal ini didukung data yang menunjukkan bahwa prestasi belajar siswa yang dicapai dalam pembelajaran Bahasa Indonesia lebih baik dibandingkan dengan prestasi belajar siswa yang menggunakan strategi pembelajaran konvensional. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan wawasan kepada para pendidik mengenai strategi yang lebih baik dalam pembelajaran Bahasa Indonesia untuk siswa.

Kata kunci: strategi komunikasi, pembelajaran kooperatif, kuasi eksperimen

Introduction

It is already well known that communication is everywhere, home, school, office, and mosque; Even communication can touch all aspects of our life (Rachmat, 1985). It implies that almost all human activities are always touched by communication. Communication is an important foundation in the relationship between the communicator and communicant. Giving something to other person means in the context social interaction. (Leila, 243, 2017). The important aspect

of communication is if someone interferes something or with someone behaves. In communication, a meaning also becomes very important to be interfered by someone who gets information (news) because the meaning which is sent by communicator (*receiver*) and informant (*audience*) become subjective, and it is decided by the social context when the information is given and accepted (Bungin, 2006: 21).

Communication is a medium to make relationships between people with others; there is a social relationship because of the existence of communication.In the process communication is a social process to transmitting or convey a feeling or information either in the form of ideas or ideas to influence others.Communication also has an important role in support education. With good communication between one and another then the similarity of meaning to reach the same purpose will be easily achieved.

Education can not run smoothly without the support of communication. Moreover, education only can run only through communication (Jourdan, 1984). In other words, there is no education which is not born by communication. Such circumstances indicate the success of a communication process that takes place between two sides. (Aminullah, Puji Lestari, dkk, 274-275, 2015).

Communication in éducation is one of an important element, it plays an important role in determining the success of education. Communication factor, especially education communication influence the level of education quality achievement. In the implementation of formal education (education through school), the role of communication is very prominent, especially in the process of teaching and learning, both intra-persona communication and interpersonal. The term of education-communication is still not familiar to the people who interest in communication studies. This field is not as popular as political communication, business communication, marketing communications, organizational communication, intercultural communication and others. Though scholarly communication has an important position both in the context of study in the realm of science and science education as well as practical skills that can support the education process.

As Pawit M Yusuf (2010: 2) says that scholarly communication is a process and communication activity which is designed specifically for the purpose to increase added value for the target, which is actually in many things to increase the literacy in many technological areas, communication, and information. The other learning process nowadays is less effort in developing thinking ability which is lead the students to understand the social problem. One of researcher said that social condition is one of the basic motifs in behaving (Leila, 2017: 254).

According to UU RI Number 20 Th 2003 about sidings, (article) 1 paragraph (1) that education is a conscious and planned effort to create learning atmosphere and learning process so that learners actively develop their potential to have spiritual power, self-control, personality, intelligence, and skills which are needed by himself, society, nation, and country. The fact is

almost 80 percent of teachers 'and lecturers' activities in the classroom are verbal and non-verbal communication activities. Therefore, the bad results that accepted by the students are actually not because of the teacher or lecturer, but because of the bad communication methods in teaching. Thus education activities cannot run smoothly without communication; education can only run through communication. One of communication method that can be used in teaching is cooperative learning. In this learning model, each student is enabled to learn in groups to help each student's understanding, so that there is an increase of value both in individual and group to get an additional value to the increasing of individual values of each group.

Learning with small group teaching enables students to learn more creatively and develop leadership traits in students and can meet students' needs optimally. Ibrahim (2000: 17) states "The results show that cooperative learning has a positive impact on a low student learning results." This is due to the cooperative learning take advantage of students tend to make interaction. Cooperative learning model emphasizes on joint learning exercises or learning by forming a team of 4-5 students who focus more on the sharing of tasks that help each other in learning to complete the task given by the teacher. Thus, each team member is expected to complete the subject matter in which case the student can complete the task given by the teacher. This is in line with the research conclusions from Leila (2017:254) which is said that coaching and mentoring is an important part that can not be ignored, because when the two things are loosened then the social capital, the resources that the community already possesses is likely to have no more valuable value because of the declining motivation of the community.

Variations of learning to overcome the difficulties of learning Indonesia Language for students is needed. One of the variations of learning that can be done is learning model Cooperative Learning (CL). Theoretically, the model of Cooperative Learning (CL) has its advantages to be applied in learning Bahasa Indonesia compared with conventional learning model.

Based on the above, there are needs to be alternative learning that can bridge the problem so that the results of the teaching and learning process objectives are achieved. Based on the background, the writer is interested to conduct research, about "Learning Communication Strategy by Using Cooperative Learning Model in Teaching Indonesia Language in Class VIII Junior High School, Bayongbong, Garut Cooperative Learning Model: Theoretical Base

Cooperative learning derived from the word Cooperative which means doing something together by helping each other as a group or a team. Slavin (Isjoni, 2010: 15) said that Cooperative learning is a learning model which is learning and working systems in small groups of 4-6 people are collaborative to stimulate students to be more passionate about learning.

The cooperative learning model is a learning model that helps students develop

their understanding and attitude according to real life in society. So by working together with members of the group will increase motivation, productivity, and acquisition of learning.

The cooperative learning model is also a teaching model where students learn in small group groups that have different levels of ability. In completing group assignments, each member of the school cooperates and helps each other to understand learning material. Slavin, R.E. (1992), said that; "Cooperative learning is a successful teaching strategy in which small teams, each with students of different levels of ability, use a variety of learning activities to improve their understanding of a subject. Each member of a team is responsible not only for learning what is taught but also for helping teammates learn, thus creating an atmosphere of achievement. Students work through the assignment until all group members successfully understand and complete it".

Each team member is responsible not only for learning, what is taught, but also for helping other learners, thus creating an atmosphere of learning attainment. Students work through duties until all members of the group manage to understand and to complete it.

The cooperative learning model is developed based on constructivist cooperative learning theory. This is seen in from one of Vygotsky's theories that emphasis on the sociocultural nature of Vygotsky's learning that the higher mental phase arises in conversation or cooperation between individuals before the higher mental functions are absorbed in the individual. The cooperative learning model is very different from direct teaching model. Sugandi (2002: 14) suggests that cooperative learning is known as learning in groups. But cooperative learning is more than just group learning or group work because in cooperative learning there is a task that enables open interaction and effective interdependence relationships among group members.

The cooperative learning model is developed to achieve academic learning outcomes; cooperative learning model is also effective to develop students' social skills. Some experts argue that this model is superior in helping students to understand difficult concepts. The developers of this model have been demonstrated that the cooperative reward structure model has been able to increase students' appraisal of academic learning, and changes in norms relating to learning outcomes. In the case, the cultural norms of young people do not like students who want to be academically bumped.

Robert Slavin and other experts have sought to change this norm through the use of cooperative learning. So another important goal of cooperative learning is to teach students the skills of cooperation and collaboration. This skill is very important to have in a society where there are so much work of adults is mostly done in interdependent organizations and where societies are culturally diverse. Meanwhile, many young people and adults still lack social skills. This situation is evidenced by such a small clash between individuals that it can lead to violence or how often people express dissatisfaction when asked to work in a cooperative situation.

Also, to change the norms which are associated with learning outcomes, cooperative learning can provide benefits for both lower and group students on joint work to complete academic task assignments, upper group students will become tutors for lower group students, thus obtaining special assistance from peers, Which has the same orientation and language. In this tutorial process, the upper group of students will increase their academic ability because giving tutors requires deeper thinking about the relation of ideas to ideas within a particular material.

In cooperative learning not only learn the material only. But students also have to learn special skills called cooperative skills. This cooperative skill works to smooth relationships, work, and tasks. The role of working relationships can be built to develop communication among group members while the role of the task is done by dividing the tasks among group members during the activity.

The basic cooperative skills include: (a) using agreements; (b) appreciate contributions; (c) take turns and share assignments; (d) be in a group; (e) is in the gas; (f) encouraging participation; (g) invite others to speak; (h) finish the task on time; and (i) respect for individual differences.

Intermediate level cooperative skills, including (a) indicating reward and sympathy; (b) express disagreement in an acceptable manner; (c) listen actively; (d) ask questions; (e) make a summary; (f) interpreting; (g) organize and organize; (h) accept, responsibility of ja-wab; (i) reduce tension

Advanced level cooperative skills, including (a) elaborating; (b) checking carefully; (C) asking the truth; (D) setting goals; (E) compromising.

Meanwhile, according to Stahl (Solihatin and Raharjo, 2007: 5), "Cooperative learning model puts students as part of a system of cooperation in achieving an optimal outcome in learning." Referring to the above statement, the authors can conclude that fundamentally cooperative learning model is a model of learning in which students can learn, cooperate and interact with fellow students, to achieve optimal learning objectives.

Cooperative Learning model consists of six stages, namely: The first stage starts from the teacher conveys the learning objectives and motivates students to learn. The goal is that students understand the purpose of learning to be achieved, so clear the target or target learning. Also, classroom teachers motivate students to learn that they are ready to perform various activities. The second stage, presenting information by providing reading materials or teachers presents demonstrations.

The third stage, grouping students in study groups. The teacher explains to students how to form learning groups and helps each group to transition efficiently. The fourth stage, guide group work, and study. The teacher guides the student group while the students do the tasks in the group. The fifth stage, doing an evaluation. The teacher evaluates all the material that the student has learned. The group then prefers the work. The ultimate stage, rewarding. The teacher rewards group efforts or individual efforts within the group.

Most cognitive theorists believe that humans derive information received through five stages; First sensory input is the occurrence of the sensing process to the stimuli that exist in the environment. Not all incentives will be absorbed by the sensing device. Only the stimuli that fit the needs of the process. Both central processing. At this stage occurs the process of giving meaning (perception) to incoming information. Giving meaning is a complex process and involves many internal and external factors. The third information storage is the stage of storing information that goes into the warehouse of human memory. There are two types of memory warehouse that is short-term memory (short-term memory) and long-term memory (longterm memory). The fourth information retrieval is calling back information that is led in the memory warehouse. The fifth utilization, that is, how we call and transform information will influence the nonverbal behavior and discussion that will take place. (Griffin,2003: 112-114).

This theory has much to do with attitude, the change of attitude and persuasion. Everyone has the same understanding of the premise of consistency, where everyone likes consistency more than inconsistencies. Consistency is a central principle in cognitive processes and attitude changes that are the result of information that destroys balance (Littlejohn, 1996: 141). One of the theories of cognitive consistency is cognitive dissonance theory. The term cognitive dissonance is derived from the theory put forward by Leon Festinger, which means incompatibility between cognition as an attitude aspect with the behavior that occurs in a person. People who will experience dissonance will try to find excuses to repeat the dissonance (Rohim: 2009)

In general, if we see people who behave in a consistent manner with what they have known, then we hope the same as what we imagine. But in fact, it turns out that people are often not consistent with his behavior. Every student imagines what they want to gain in the learning process according to their shadows and expectations. Then if the learning process does not match, then he will experience cognitive dissonance. In other words, the process of interaction and communication will not run effectively so that the learning process will be disrupted.

Rohim (2009: 74) says that the theory of social exchange views the interpersonal relationship as a trade transaction. People relate to others for wishing something that fulfills their needs. As an example, we can take from that statement, when someone (just "A") is rich but suffers broken home that befriends the "B" who is very poor. They look very familiar; the B is always there wherever the A is located and vice versa. In this example B is familiar with A, since A always gives him help in material form, and B reply all in attention to A, so that between the two can be regarded as two related people for wishing to fulfill his needs. In other words, A befriends and close to the B to get affection, attention that he never got from his parents. While the B is friendly and familiar with A to take daily needs such as clothing, food, the board to survive in conditions of poverty it.

Thibault and Kelly the two experts of the theory model conclude that their social exchange is "that every individual will voluntarily enter and live in a social relationship whenever the relationship is satisfactory regarding rewards, cost, profit and comparison rates." From the above assumptions, it can be interpreted that the process of communication and interaction of learning that occurs in the classroom cannot be separated from the effective relationship between students and teachers as a social exchange process. As a consequence that the relationship of interaction can be positive or lead to something negative, as it is obtained by someone from a relationship. The consequence is a reward of social acceptance.

Also, the ability of a communicator is very important to the effectiveness of communication. Teachers are communicators who are responsible for the effectiveness of the communication process in the classroom. Because a teacher should have the good credibility to ensure good and quality learning in the classroom. As to how credibility according to Aristotle, can be obtained if a communicator has ethos, pathos, and logos. Ethos is the power the speaker has of his character so his utterances can be believed. Pathos is the power that a speaker has in controlling the emotions of his audience, while logos is the power that communicators possess through their argumentation.

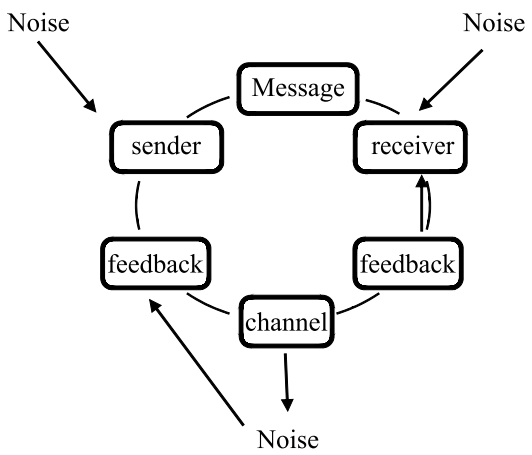
James Mc-Croskey (in Rohim:2009) Explains that the credibility of a communicator can be derived from competence, attitude, intention, personality. Competence is the mastery possessed by a communicator on the problem he/she has discussed. A doctor, for example, talks more about health than a Civil Engineer, and so on the other side. Attitude shows the person of the communicator, whether he is tough or tolerant in principle. The purpose is to show whether the things communicated by a communicator have good intentions or not. Personality shows whether the speaker has a warm and friendly person. While the dynamics indicate whether the thing that is presented is interesting or in fact it is boring communicant.

According to the form of credibility can be divided into three kinds, (1) Initial Credibility, that is the credibility that the communicator gains before the communication process takes place, for example a well-known speaker can bring a lot of listeners, or the writings of a famous Professor DeddyMulyana, JalaluddinRakhmat will be easily published in newspapers even though the editor has not read them; (2) Derived Credibility, Namely, the credibility that a person acquires during communication. For example, a SusiloBambangYudhoyono earned a pat on the part of the community because his speech gave him the pleasure of his listeners (the public); (3) Terminal Credibility, That is, the credibility that a communicator receives after the listener or reader follows his review. A communicator who wishes to gain credibility needs to have in-depth knowledge, extensive experience, as well as respectable powers and social status.

The interactional model developed by Wilbur Schram (1954) which emphasizes the process of two-way communication between the communicators. In other words, the communication goes both ways: from the sender to the recipient and from the

recipient to the sender. This circular process indicates that communication always takes place. An interactional view illustrates that a person can be a sender or a recipient in an interaction, but not both.

The important elements in this model are feedback or responses to a message. Feedback can be either verbal or nonverbal, intentional or not. Feedback greatly helps communicators to see if their message has been delivered or not and to what extent achievement of meaning has occurred. In the interactional model the backlash occurs after the message is received, not while the message is being sent, there is also the most important element or another part in the interactional communication concept characterized by the field of experience of a person, culture or ancestry that can influence The ability to communicate with others. Each communication participant brings a unique and distinctive experience in every communication behavior that can affect the communication that occurs. Schematically can be seen in the picture of the following interactional model:



Picture 1. Interactional Communication Model
(Sources: West Turner 2007:12)

The purpose of this research is to test the student's learning achievement in class VIII SMPN 1 Bayongbong by using interactional education communication strategy in learning Indonesia Language by using "cooperative learning (CL)" model which is done by the teacher in class. "Cooperative learning" model is a learning model which emphasizes that every learning process, students are active in build their knowledge (*student-centered*).

Research Method

The method used in this study is the experimental method, which is a research method that aims to assess the effect of a treatment (treatment) on the behavior of a particular population or test the hypothesis of the presence or absence of the influence of treatment when compared with other measures. In other words, the experimental method aims to examine the effect of a particular treatment on the symptoms of a particular group compared with other groups using different treatments.

In practice, experimental research is divided into three which are the nation experiment, quasi-experiment and pure experiment (Sukamto: 1995). In this research used quasi experimental research (Quasi Eksperimen). A quasi-experiment is a type of comparison that compares the effect of giving a treatment (Treatment) on an object (intervention class) and looking at the effect of its treatment. Quasi experimental research is a study intended to determine whether there is a result of "something" imposed on the subject under study. The trick is to compare one or more comparison groups that receive treatment.

The design of this study used two groups of the same population. Group, I was treated and group II without treatment. The treated group is called an intervention class and the group without treatment is called a non-intervention class. Classes of intervention and non-intervention classes are equally assessed for performance from preparation to end.

The experimental design which is used in this study is treatment by matched group designs, is the most used design of researchers to test the efficacy of a learning method than other methods. The data for preparation in the design of this experiment will be obtained from the pretest results to the students who will be used as research subjects.

The form of experimental design which is used in this study is nonequivalent control group design. The use of this experimental design form is based on the consideration that research is assumed to control all external variables that may influence the course of the experiment. Besides that, the determination of the experimental group and the control group was determined purposively. The research method or design is described as follows:

Group	Pretest	Treatment	Posttest
A	O_1 ———	X	O_2
B	O_3 ———		O_4

A = Experimental Group treated
B = Control Group
O_1 = Preliminary test before treatment is given to the experimental group
O_2 = The final test after treatment is given to the experimental group
X = Treatment using Cooperative Learning learning

Chart 2. Nonequivalent Group Pretest-Postest Design (Saifuddin Azwar, 1997: 117)

Based on the above designs both groups are an equally assessed performance that aims to determine the competence of each.

The population is a generalization region consisting of objects/subjects that have certain qualities and characteristics set by the researchers to be studied and then made conclusions (Sugiyono, 2007: 61). Meanwhile, according to SaifudinAzwar (1997: 77) population is a subject group to be subjected to the generalization of research results. The population in this study is all students of class VIII SMP Bayongbong Garut consisting of 3 classes with the number of 100 students. In determining the population, it is done with the assumption that class VIII A needs to get this treatment, so it can be concluded that the definition of population is the whole that will be investigated in a place.

According to Sugino (2007: 62) sample is part of the number and characteristics possessed by the population. Saifudin Azwar (1997: 79) sample is part of the population, whereas according to Sukardi (2008: 54) Sample is a portion of the population number selected for the data source. Based on the two opinions can be concluded that the definition of the sample is a member of the population that will be studied in the study.

Sampling or determination for the intervention class and non-intervention class from 3 classes is done by the sampling of probability technique, in the form of random sampling is a random sampling technique (Sugiyono, 2007: 64). A random determination was made with the intention that each class has the same opportunity to be sampled in the study, which is randomly classed here. Basically, this part

explains how the research was done. The subject matter of this section is (1) research design; (2) population and sample (research target); (3) data collection and instrument development techniques; (4) and data analysis techniques. For research using tools and materials, it is necessary to write down the specifications of the tools and materials. The specification of the tool describes the sophistication of the tool used while the material specifications describe the kinds of materials which is used.

To collect research methods, the data technique used is as follows, (1) The test, consisting of two tests, namely pre-test and post-test ; (2) Questionnaire, is a data completion technique that is done by giving a set of questions and written questions to the respondent to be answered. The questionnaire can be a question that is being closed or open. In this study, the researcher uses closed questions or questions that will help respondents to answer quickly, and also facilitate researchers in analyzing data on the entire questionnaire that has been collected. A closed question is a question that expects a short answer or expects the respondent to choose one alternative answer to each question that has been provided ; (3) Observation, is bounded as a deliberate and systematic study of social phenomena and psychic symptoms by doing observation and recording. Furthermore, the purpose of observation is to understand the characteristics and extent of the significance of their interrelationships of human behavioral elements in complex societal phenomena in certain patterns. Therefore, the researcher conducted a direct observation on the students as respondents, with the aim to obtain data influence the use of cooperative learning model to the students' critical thinking ability; (4) Library research (Library research), conducted to obtain secondary data by studying literature, books, notes as a theoretical foundation that will be compared with the problems studied.

Results and Discussion

The results of hypothesis test data score increase in learning achievement (gain) can be seen in the following table. 1

The results of hypothesis testing data score increase in learning achievement at the level of significance α = 0.95, obtained t value = 4.41. The value is greater than the amount of t table = 1.67 for dark = 55, because the value of t count> t table, then Ho is rejected so take Ha, meaning there is a significant influence of cooperative learning strategies on student achievement.

Based on the observation data conducted during the learning activity takes place on the percentage of students in the experimental class with very good criteria that can be seen in the following table 2.

Based on the observations in the experimental class, the students in the experimental class perform cooperative skills with very good criteria. The results of this

Table 1
Results of Hypothesis Test Data Analysis

Data	Hypothesis Test (t-Test)	
	t Score	Result
The Enhance-ment of Learning *(gain)*	T_{score} = 4,41 >t_{table} = 1,67	H_A accepted

Source: Researcher Data 2017

Table 2
The Result of Class Observation Data Analysis Experiment

	Cooperative Skill									
Group	BDT		MDA		BGDT		BTN		MPR	
	Percent	Criteria	Percent	Criteria	Percent	Criteria	Percent	Criteria	Percent	Criteria
A	93%	very good	90%	very good	100%	very good	100%	very good	80%	good
B	100%	very good	100%	very good	90%	very good	100%	very good	80%	good
C	92%	very good	100%	very good	88%	very good	75%	good	100%	very good
D	83%	very good	88%	very good	100%	very good	75%	good	75%	good
E	100%	very good	88%	very good	88%	very good	100%	very good	100%	very good
F	92%	very good	100%	very good	100%	very good	75%	good	100%	very good
average	**93,00%**		**94,00%**		**94,00%**		**88,00%**		**89%**	
average observation	**92% (very good)**									

Source: Researcher Data 2017

Table 3.
The Result of Observation Data Analysis in Control Class

	Cooperative Skill									
Group	BDT		MDA		BGDT		BTN		MPR	
	Percent	Criteria	Percent	Criteria	Percent	Criteria	Percent	Criteria	Percent	Criteria
A	67%	very good	63%	very good	75%	good	63%	good	50%	good
B	63%	good	63%	good	69%	very good	50%	good	50%	very good
C	63%	good	63%	good	63%	good	88%	very good	75%	good
D	67%	good	71%	good	57%	good	57%	average	57%	good
average	**65%**		**65%**		**66%**		**65%**		**58%**	
average observation	**64% (good)**									

Source : Researcher Data 2017

study are intended to provide an understanding of the results obtained research. Based on observations in the control class showed that students in the control class perform cooperative skills with good criteria.

Based on observations in the control class showed that the students in the control class performed cooperative skill activities with good criteria. From the observation data obtained during two days in the experimental class and in the control class, it can be seen the average observation of the experimental class and the control class. The average percentage of students who perform cooperative skills of the experimental class and control class can be seen in the following table 4.

Table 4.
The Average of Experiment Class and Control

Observation Data	Experiment Class (Cooperative Learning Strategy)	Control Class (Conventional Group Learning Strategy)
Day 1	92%	74%
Day 2	82%	64%
Mean	87%	69%
Criteria	Excellent	Good

Source: Researcher Data 2017

The common observation indicates that during the teaching-learning process, students in the experimental class are better in performing aspects of cooperative skills than students in the control class. This is indicated by the percentage of students who perform cooperative skills in the experimental class including very good criteria while the students in the control class include both criteria.

The discussion of the results of this study is intended to provide an understanding of the research results which is obtained. Based on the data analysis of research results, it can be stated things that are concerning with the results of research as follows:

Communication strategy by using cooperative learning model which can be seen from the pretest result, a pre-test score shows students' initial understanding of the which is given with the learning achievements an indicator the increasing of students' ability from the initial ability which is measured through pre-test to the mastery of competence as measured by post-test after the interaction between individuals and individuals with their environment during the learning process. After the process of communication and interaction between individuals (students) with other individuals (students) and individuals (students) with the environment during the learning process. This is by the understanding of learning achievement according to Ibrahim (2003: 3) that the learning achievement is a change in behavior in the form of knowledge, skills, attitudes, and information obtained by students after interacting with the environment in an atmosphere or learning conditions.

The students 'initial ability before the start of the learning process shows that the average of students' initial abilities in the experimental class and control classes includes similar criteria. This is proven by the homogeneity test of the variance of pre-test data proves that both classes are homogeneous.

The difference can be seen in the second post-test result of the class which is the research sample is the experimental class using cooperative learning strategy and control class using conventional group learning strategy. Post-test results showed that the average post-test score of students using cooperative learning strategies is higher than the average post-test scores of students using conventional group learning strategies

The difference of post-test score with pre-test shows improvement of student achievement (gain). The average increase in student achievement (gain) in the

experimental class including high category while the average increase in student achievement class control is the classified category. The average gain is used to prove the proposed hypothesis. Based on the hypothesis test obtained Tscore> Table, meaning cooperative learning strategy has a significant effect on student achievement.

Teachers are communicators who are responsible for the process of communication effectiveness of learning in the classroom. In the process of communication and interaction, teacher as the communicator in the process of learning "cooperative" turned out to provide a significant influence on student achievement. This is because the implementation of the learning process in the classroom using communication strategies with the cooperative learning of students is conditioned into learning groups consisting of four to six members with high academic ability, moderate and low.

The purpose of grouping so that there is communication between students who has high academic ability with students who have low academic ability with the purpose to help other students who have not understood the lessons or students who have less academic ability. The process of interaction and communication can stimulate learning achievement and learning in the classroom, especially in the members of the interacting group. Student interaction in groups with fewer members are proved better, this was supported by observational data indicating that the percentage of students in the experimental class who performed cooperative skills amounted to 87% including very good criteria while control class was only 69% including good criterion.

The limitation of the number of members in each group consists of four to six people, and consists of students with different academic abilities causing each student are more concentrate when the learning activities are implemented, and there is teaching by peers. This is consistent with the opinion of Lie (2004: 12) which explains that peer teaching is more efficient than teacher teaching.

It's different conditions with students using conventional group learning strategies. The number of group members consisting of seven to eight people based on the students' wishes caused some students who did not concentrate during the learning activities, the students joked and discussed things outside the subject matter.

As Aderson (in Rohim: 2009) says that situational factors are sometimes referred to as the determinant of attention that is external or attention getter. Stimuli are noticed because they have prominent properties, among others: the movement of the intensity of stimuli, novelty, and repetition.

Giving different strategies in receiving these teaching materials will provide a different experience for students to allow for different learning achievements when compared to ordinary conditioning. The active process between students in a group in seeking answers, expressing opinions and summarizing an answer illustrates that students actively construct or shape the meaning of what they see, hear, feel and experience. This is in accordance with the opinion of Suparno (1997: 49) which suggests that knowledge is built by the students

themselves, knowledge cannot be transferred directly from teacher to student except with the activeness of students, students actively construct continuously so that there is always a change of concept towards a more detailed concept, complete as well as concepts.

In cooperative learning, each student has the same responsibility to achieve maximum learning achievement. Individual success is the success of the group, as well as the opposite of individual failure, is a group failure. Therefore, each member of the group should have full responsibility for the group. This is in accordance with the basic elements of cooperative learning proposed by Lungdren in Kadir (2000: 19) that, (1) Students should have the perception that they "drown or swim" together; (2) Students have a responsibility to each other students in the group, besides responsibility to itself in learning the material which is faced; (3) Students should have the same goals; (4) Students should share duties and share responsibilities equally among the group members; (5) Students will be given an evaluation or award, which will contribute to the evaluation of all group members.

Based on the above discussions, it is clear that cooperative communication learning strategies have a significant effect on student achievement, this is supported by data showing that student achievement in learning Indonesia Language is better than student achievement using conventional group learning strategy. The effect is caused by the active and equal opportunity for students in expressing opinions and the occurrence of peer teaching so that students are more understand the subject matter.

Conclusion

Based on the results of analysis of research data can be concluded, that communication in education is one of an important element, it plays an important role in determining the success of education. One of the implementations of communication strategies is using cooperative learning model. It is very influential on student learning outcomes in learning Bahasa Indonesia. The learning outcomes of students using conventional learning models and using the way of communicating in one way (linear) in learning Indonesia Language is less showing good improvement, by obtaining an average score of 56.79 from the previous 52.11. The difference in learning outcomes using the cooperative learning model is also significantly different from the conventional learning model. This can be seen from the acquisition of t value = 4.41. The value is greater than the value of t table = 1.67 for dk = 55, because the value of t arithmetic> t table, then Ho is rejected so take Ha, meaning there is the significant influence of cooperative learning strategy on student achievement.

However, the development of research with the use of other communication strategies also needs to be done by further researchers, especially communication strategies and approaches with circular communication model or the use of research type with a qualitative approach with subjective perspective.

References

Aminullah, PujiLestari, dan Sigit Tripambudi. (2015). Model Komunikasi Antar budaya Etnik Madura dan Etnik Melayu. *Jurnal Aspikom, Volume 2 No.4* hal.274-275, Januari 2015.

Azwar, Saifudin. (1997). *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bungin, Burhan. (2006). *Analisa Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Pola Aplikasi.* Jakarta:Raja Grafindo Persada.

Griffin, Emory A., (2004). *A First Look at Communication Theory,* 5th, ed, Printed in Singapore.

Ibrahim, R. (2002). *Kurikulum Pembelajaran*. Bandung: Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan FIB UPI.

Ibrahim, H.M. (2000). *Pembelajaran Kooperatif*. Surabaya: UniversitasNegeri Surabaya

Lie, Anita. (2003). *Cooperative Learning (Mempraktikkan Cooperative Learning di Ruang-ruang Kelas)*. Jakarta: Grasindo

Mona, Leila Gainem. (2017). *Pemberdayaan Perempuan Miskin Kota Melalui Pendidikan*. Jurnal Aspikom, Volume No.2, hal.239-255, Januari 2017

Rahmat, Jalaluddin. (1985). *Metode Penelitian Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosda Karya

Rohim, Syaiful. (2009). TeoriKomunikasi, Perspektif, Ragam, dan Aplikasi. Jakarta: PT. RinekaCipta

Schramm, W. L. (1954). *The Process and Effect of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

Slavin, R. E. (1995). *Cooperative Learning Theory, Research, and Practice*. 2nd Ed. London: Allyn and Bacon.

Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugandi, A.I. (2002). Pembelajaran Pemecahan Masala Matmatika Melalui model Belajar Kooperatif Tope Jigsaw. (Studi Eksperimen terhadap Siswa Kelas Satu SMU Negeri di Tasikmalaya). Tesis PPS UPI: Tidak diterbitkan.

Sukardi. (2004). Metodelogi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Suparno, Paul, dkk. (2002). *Reformasi Pendidikan: Sebuah Rekomendasi*. Yogyakarta: Kanisius.

Stephen W. Littlejohn. (1996). *Theories of Human Communiation*, Wadsworth Publication, New Jersey

UU RI No.20, 2003

Yusuf, Pawit M, (1990), *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Intruksional*, Remadja Rosdakarya, Bandung.

MODEL KONSTRUKSI MAKNA PERAN DAN POSISI PEREMPUAN INDONESIA PELAKU KAWIN CAMPUR

Benazir Bona Pratamawaty[1], Deddy Mulyana[2], Dadang Sugiana[3]
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung-Sumedang KM21, Jatinangor, Jawa Barat
Telp. (022) 84288828
Email: benazir.bona@unpad.ac.id[1], deddy.mulyana@unpad.ac.id[2],
dadang.sugiana@unpad.ac.id[3]

Abstract

This study aims to explore marriage between Indonesian women and the western men (laki-laki bule) from western culture and to describe the meaning of role and position of Indonesian women married with western men. Individual perspective on the role and gender position in marriage life is mostly influenced by neighbours, community, and family. The process of interpreting the role and gender position for Indonesian women is a part of community construction. This research deploys phenomenological perspective, particularly symbolic interactionism and the theory of the social construction of reality. Data have been collected by in-depth interviews and observation to seven Indonesian women married to western men in Jakarta selected through snowball sampling. This research found a construction meaning model related to the role and position of Indonesian women doing mix marriage. Through interaction with their husband, the informants define their role and position in marriage life which is inline with equality principle done by their husband including four different equality meaning, such as partial equality, natural equality, absolute equality, and pragmatic equality. The contribution of this study is to provide a model of construction of meaning on the role and position of Indonesian women doing mixed marriage in family and community.

***Keywords**: Cross-cultural Marriage, Intercultural Communication, Phenomenology, Symbolic Interactionism*

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada perkawinan antara perempuan Indonesia dan laki-laki bule yang berasal dari budaya Barat. Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan makna peran dan posisi diri perempuan Indonesia yang menikah dengan laki-laki bule. Perspektif individu mengenai peran dan posisi gender dalam sebuah perkawinan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, masyarakat, terutama keluarga. Proses pemaknaan peran dan posisi gender bagi perempuan Indonesia ini merupakan bagian dari bentukan masyarakat. Penelitian ini menggunakan perspektif fenomenologi, khususnya interaksi simbolik dan teori konstruksi sosial atas realitas. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan pengamatan terhadap tujuh informan. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik snowball sampling. Hasil penelitian menemukan model konstruksi makna peran dan posisi perempuan indonesia pelaku kawin campur. Melalui interaksi informan dengan sang suami, informan kemudian mendefinisikan peran dan posisi diri informan dalam kehidupan perkawinan sejalan dengan prinsip kesetaraan yang diberlakukan oleh suami yang terbagi atas empat pemaknaan kesetaraan yang berbeda, yakni setara parsial, setara kodrati, setara mutlak, dan setara pragmatis. Kontribusi penelitian ini adalah penemuan model konstruksi makna peran dan posisi perempuan dalam keluarga dan masyarakat bagi perempuan Indonesia pelaku kawin campur.

Kata Kunci: Fenomenologi, Interaksi Simbolik, Komunikasi Lintasbudaya, Perkawinan Lintasbudaya

Pendahuluan

Perkawinan antara dua orang dengan dua latar belakang budaya yang berbeda memiliki tantangan yang lebih besar daripada perkawinan antara dua orang dengan latar belakang budaya yang sama. Fontaine dan Dorch (1980) dalam Gudykunst dan Kim (1997: 331) menyatakan bahwa perkawinan lintasbudaya lebih bermasalah daripada perkawinan intraetnik. Samovar, Porter,

dan McDaniel (2010: 284) mengungkapkan bahwa banyak masalah yang diasosiasikan dengan pernikahan, namun ketika dua orang dari dua budaya yang berbeda menikah, masalah yang mungkin timbul pun bertambah banyak. Graham, Moeai, dan Shizuru (1985) juga menyatakan bahwa terdaarapat banyak masalah eksternal dalam perkawinan lintasbudaya daripada intrabudaya, meski keduanya sama-sama puas dengan pernikahan mereka. Lebih jauh dijelaskan bahwa keberhasilan perkawinan lintasbudaya tergantung pada kemampuan untuk menyesuaikan diri satu sama lain.

Perkawinan lintasbudaya atau yang sering disebut dengan kawin campur yang terjadi di Indonesia sebagian besar terdiri dari perkawinan antara perempuan Indonesia dengan laki-laki WNA. Berdasarkan pencatatan pegawai catatan sipil Provinsi DKI Jakarta, jumlah perempuan Indonesia yang menikah dengan laki-laki *bule* selalu lebih banyak daripada jumlah perempuan Indonesia yang menikah dengan laki-laki WNA dari keturunan ras lainnya. *Bule* adalah istilah yang digunakan orang Indonesia sejak zaman penjajahan dahulu yang merujuk pada orang berkulit putih layaknya albino. Istilah *bule* berasal dari kata *bulai,* yang di dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Edisi III memiliki arti orang berkulit putih (terutama orang Eropa dan Amerika). Penggunaan kata *bule* dirujukkan kepada orang asing yang memiliki ciri-ciri fisik berkulit putih, dengan rambut berwarna (pirang, cokelat) dan bola mata berwarna-warni. Dengan kata lain, istilah *bule* tersebut merujuk pada orang-orang dari golongan ras Kaukasia, yakni ras yang banyak menghuni negara-negara Barat. Tak heran jika istilah orang *bule* sering diidentikkan dengan istilah orang Barat. T.T. Anh (1984: 5) menyamakan negara-negara Barat dengan negara-negara Eropa Barat, Amerika Serikat, Kanada, Australia, dan Selandia Baru. Berdasarkan hal tersebut, yang dimaksud dengan orang *bule* dalam penelitian ini adalah orang kulit putih atau ras Kaukasia yang berasal dari negara-negara Eropa Barat, Amerika Serikat, Kanada, Australia, dan Selandia Baru.

Pada sebuah perkawinan lintasbudaya penyesuaian diri dengan pasangan menjadi krusial. Di sinilah komunikasi memainkan peranan pentingnya. Perempuan Indonesia yang bersuamikan laki-laki *bule* tidak hanya harus beradaptasi dengan karakter sang suami, namun juga dengan latar belakang budaya yang dibawa oleh sang suami. Penggunaan bahasa dalam komunikasi yang dilakukan antarpasangan pun kemudian menjadi sangat penting. Porter dan Samovar (1982) dalam Mulyana dan Rakhmat (2010: 23) menyebutkan bahwa perbedaan-perbedaan antara budaya Barat dan budaya Asia (Indonesia termasuk di dalamnya) merupakan contoh utama perbedaan budaya yang maksimum. Kedua budaya tersebut berada dalam kutub yang berlawanan dan memiliki perbedaan yang tinggi. Perbedaan latar belakang budaya tersebut sangat mempengaruhi cara pandang, pola pikir, serta sistem nilai yang dianut individu.

Samovar, Porter dan McDaniel (2010: 284) menyebutkan bahwa salah satu hal rumit dalam kehidupan perkawinan lintasbudaya adalah perbedaan peran gender. Bagaimana seorang laki-laki *bule* memaknai peran gender dalam

kehidupan berkeluarga dan bermasyarakat tentunya berbeda dengan bagaimana perempuan Indonesia memaknainya.

Goode seperti dikutip Kusumastuti (2007: 145) menyatakan bahwa perbedaan dalam peran gender sangat menonjol dalam pembagian kerja menurut jenis kelamin. Pada semua masyarakat tugas-tugas berbeda diberikan kepada perempuan dan laki-laki, namun ada juga yang dapat dikerjakan oleh keduanya. Samovar dkk (2011: 75) menjabarkan bahwa salah satu pola keluarga yang penting dan ditemukan dalam setiap kebudayaan adalah ajaran tentang peran gender yang berlaku. Seperti yang dinyatakan Wood dalam Samovar dkk (2011: 75), "Diantara orang-orang yang mempengaruhi identitas gender kita, orangtua merupakan faktor yang utama". Pembelajaran mengenai peran gender yang diterima secara budaya dimulai sejak seorang bayi lahir dengan mengumumkan bayi tersebut laki-laki atau perempuan. Seperti yang diamati oleh Robbins dalam Samovar dkk (2011), "Bayi diberi nama sesuai dengan gender, diberi baju atau warna baju yang pantas, dan berbicara dengan bahasa yang serasi dengan gender".

Galvin dan Cooper menawarkan sinopsis berikut dengan menyimpulkan penelitian tentang sosialisasi gender : pada masyarakat, laki-laki diasosiasikan dengan berhasil, agresif, seksual, dan percaya diri, sedangkan perempuan diasosiasikan dengan sensitif, tidak mandiri, dan berhubungan dengan penampilan. Seperti yang dikemukakan Coles dalam Samovar dkk (2011), "Ekspektasi gender yang dibentuk secara sosial untuk perempuan dan laki-laki sering diterjemahkan dalam pengalaman dan peran yang berbeda selama hidup". Pemahaman akan ekspektasi itu menawarkan petunjuk bagaimana suatu interaksi berlangsung. Setiap individu memiliki ekspektasi yang berbeda terhadap pasangannya, baik sebagai suami maupun istri. Bagi perempuan Indonesia yang bersuamikan laki-laki, latar belakang budaya Indonesia yang dibawanya tentu saja mempengaruhi ekspektasinya atas peran sang suami di rumah dan bagaimana perannya sendiri sebagai seorang istri dan seorang ibu.

Samovar dkk (2011: 76) menjelaskan bahwa perbedaan peran gender ditemukan dalam budaya Jepang, Vietnam, Cina, dan Korea. Hal yang menarik dari peranan gender dalam budaya Asia pada umumnya, menurut Hendry dalam Samovar dkk (2011: 76), adalah walaupun sistem keluarga memandang laki-laki posisinya lebih tinggi daripada perempuan, "tugas untuk memerhatikan keluarga umumnya jatuh pada perempuan, baik ketika sakit, terluka, atau ketika tua". Sementara itu, menurut Adeney (2004: 301) masyarakat Indonesia sendiri bersifat patriarkal di mana perempuan pada umumnya turun-temurun menunjukkan penghormatan mereka terhadap laki-laki. Kaum perempuan kadang-kadang dipandang bukan cuma lebih lemah secara jasmaniah, tetapi juga lebih lemah secara moral dan spiritual. Berdasarkan hal tersebut, kaum laki-laki adalah para pengatur kaum perempuan. Meskipun demikian, Adeney (2004: 307) menambahkan bahwa di Indonesia kebanyakan lapangan pekerjaan telah terbuka untuk kaum perempuan; perempuan pun telah bekerja berdampingan dengan laki-laki, akan tetapi modernisasi mendatangkan

kemunduran dalam fungsi sosial dan ekonomi keluarga. Kaum perempuan didorong untuk mengambil bagian dalam semua kehidupan publik. Perempuan-perempuan yang terjun ke dalam ranah publik ini menderita kerugian yang jelas. Selain mereka harus memenuhi tuntutan-tuntutan dari pekerjaan mereka yang dibayar, mereka juga harus menjalankan semua fungsi tradisional sebagai ibu rumah tangga. Akibatnya baik keluarga maupun pekerjaan menjadi kurang tertangani; dan kaum perempuan mempunyai terlalu banyak pekerjaan. Pola seperti ini sedang tumbuh di Indonesia.

Di sisi lain, Adeney (2004: 296) menjelaskan bahwa masyarakat tradisional Barat juga membatasi sepenuhnya kaum perempuan pada kawasan rumah tangga dan keluarga. Meskipun demikian, tidak ada pandangan "Barat" yang seragam mengenai peran perempuan. Karena semua peran sosial, ekonomi, dan politik kaum laki-laki juga dilakukan oleh kaum perempuan dalam pelbagai macam kebudayaan, maka sangat mungkin bahwa kebudayaan dan sosialisasi adalah penyebab utama perbedaan-perbedaan itu. Goode seperti dikutip dalam Kusumastuti (2007: 151) menyebutkan bahwa laporan hasil penelitian dari Prancis, Jerman, dan AS menyatakan adanya hubungan antara kedudukan kelas dan kekuasaan sang laki-laki. Di sini terlihat adanya pertentangan. Terhadap strata yang lebih rendah suami cenderung menuntut kekuasaannya hanya karena ia seorang laki-laki. Terhadap strata yang lebih tinggi, laki-laki lebih sedikit menunjukkan kekuasaan patriarkalnya, sedikit kemungkinan istri mereka bekerja, dan jika mereka itu bekerja mereka hanya menyumbangkan bagian yang kecil saja pada keseluruhan pendapatan keluarga.

Tujuan penelitian ini untuk menemukan model konstruksi makna peran dan posisi perempuan indonesia pelaku kawin campur. Peneliti ingin melihat bentuk-bentuk pemaknaan perempuan Indonesia mengenai peran gender dalam kehidupan berumah tangga lintasbudaya dan faktor-faktor pembentuk pemaknaan tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian menggunakan teknik *snowball sampling* dalam proses pengambilan informan, seperti yang dipaparkan oleh Bungin (2007: 77) teknik ini digunakan apabila peneliti tak tahu siapa yang memahami informasi objek penelitian. Melalui proses perkenalan dan pendekatan peneliti dengan sebuah komunitas *online* yang beranggotakan para pelaku kawin campur di situs jejaring sosial *Facebook*, peneliti berkenalan dengan seorang staf admin komunitas tersebut yang kemudian memberikan akses perkenalan dengan para informan untuk penelitian ini. Semua proses awal perkenalan dengan para informan berlangsung melalui media yang ada, seperti melalui pesan singkat dan telpon. Semua informan penelitian merupakan bagian dari komunitas *online* tersebut yang bernama KKC (Komunitas Kawin Campur).

Staf admin KKC yang peneliti kenal terlebih dahulu berperan sebagai *gatekeeper* yang menunjukkan kepada peneliti siapa saja orang yang dapat diwawancarai sehubungan dengan objek penelitian yang ada. Dari proses perkenalan itulah peneliti berhasil bertemu dengan 11 calon informan. Mereka disebut sebagai calon informan karena meski-

pun mereka bersuamikan laki-laki *bule* – yang merupakan inti dari penelitian – latar belakang asal-usul suami pun harus turut menjadi pertimbangan, yakni negara asal sang suami. Seperti yang telah disebutkan dalam pendahuluan artikel ini bahwa yang dimaksud dengan laki-laki *bule* dalam penelitian ini tidak hanya ditunjukkan dengan ciri-ciri fisik yang menandakannya sebagai seorang Kaukasia, tapi juga asal negara laki-laki *bule* tersebut harus merupakan bagian dari klasifikasi negara-negara Barat menurut definisi T.T.Anh (1984:5), yakni negara-negara Eropa Barat, Amerika Serikat, Kanada, Australia, dan Selandia Baru. Ada 11 calon informan, namun yang berhasil memenuhi klasifikasi yaitu 7 informan. Penelitian ini pun dilakukan dengan melibatkan ketujuh informan tersebut.

Adapun ketujuh informan tersebut adalah (1) Mary, perempuan keturunan Madura yang bersuamikan orang Amerika (lima tahun menikah); (2) Lydia, perempuan Jawa yang bersuamikan orang Inggris (tujuh tahun menikah); (3) Sandra, perempuan Batak yang bersuamikan orang Amerika (lima tahun menikah); (4) Rini, perempuan Betawi yang bersuamikan orang Australia (sembilan tahun menikah); (5) Nana, perempuan Jawa yang bersuamikan orang Selandia Baru (sembilan tahun menikah); (6) Erni, perempuan Jawa yang bersuamikan orang Prancis (19 tahun menikah); dan (7) Suci, perempuan Aceh yang bersuamikan orang Inggris (11 tahun menikah).

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dan kegiatan observasi. Kegiatan wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan pedoman yang berisi garis besar pertanyaan yang berhubungan langsung dengan objek penelitian. Wawancara mendalam dilakukan sebanyak empat sampai lima kali terhadap setiap informan dan berlangsung secara tatap muka. Peneliti berkesempatan untuk mewawancarai suami dari setiap informan sebanyak satu kali pertemuan dalam rangka mengkonfirmasikan validitas data. Setiap pertemuan wawancara berlangsung selama satu hingga dua jam. Selanjutnya, setelah pertemuan-pertemuan tersebut peneliti pun beberapa kali melakukan wawancara melalui telpon saat menemukan data yang masih kurang atau belum lengkap. Kegiatan observasi peneliti lakukan saat peneliti diberi kesempatan untuk berkunjung ke tempat tinggal informan. Pada kunjungan tersebut peneliti berkesempatan mengamati proses interaksi yang berlangsung antara informan penelitian dan suaminya dalam kehidupan keseharian mereka. Hasil pengamatan tersebut kemudian peneliti catat sebagai bagian dari data penelitian. Nama semua informan dalam penelitian ini disamarkan untuk menjaga konfidensialitas mereka.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada dasarnya, konsep peran itu lahir dari pembagian kerja yang yang terdapat dalam pelembagaan seperti yang disebutkan oleh Berger dan Luckmann dalam Teori Konstruksi Sosial atas Realitas. Berger & Luckmann (1966) berpendapat bahwa peran merupakan hasil konstruksi sosial atas realitas kehidupan pelembagaan yang ada. Peran mewujudkan pelembagaan yang bisa dilakoni oleh sekumpulan orang, dan telah menjadi bagian dari kehidupan sosial itu sendiri.

Tipologi peran merupakan bagian penting dari pelembagaan perilaku, dimana pengalaman individu melalui perannya dalam kehidupan sehari-harilah yang mewujudkan lembaga-lembaga perilaku tersebut. Individu berpartisipasi dalam dunia sosialnya dengan memaknai dan memainkan perannya. Internalisasi perannya dalam dunia sosial menjadikan dunia tersebut terasa nyata bagi individu (Berger & Luckmann, 1966: 99-100).

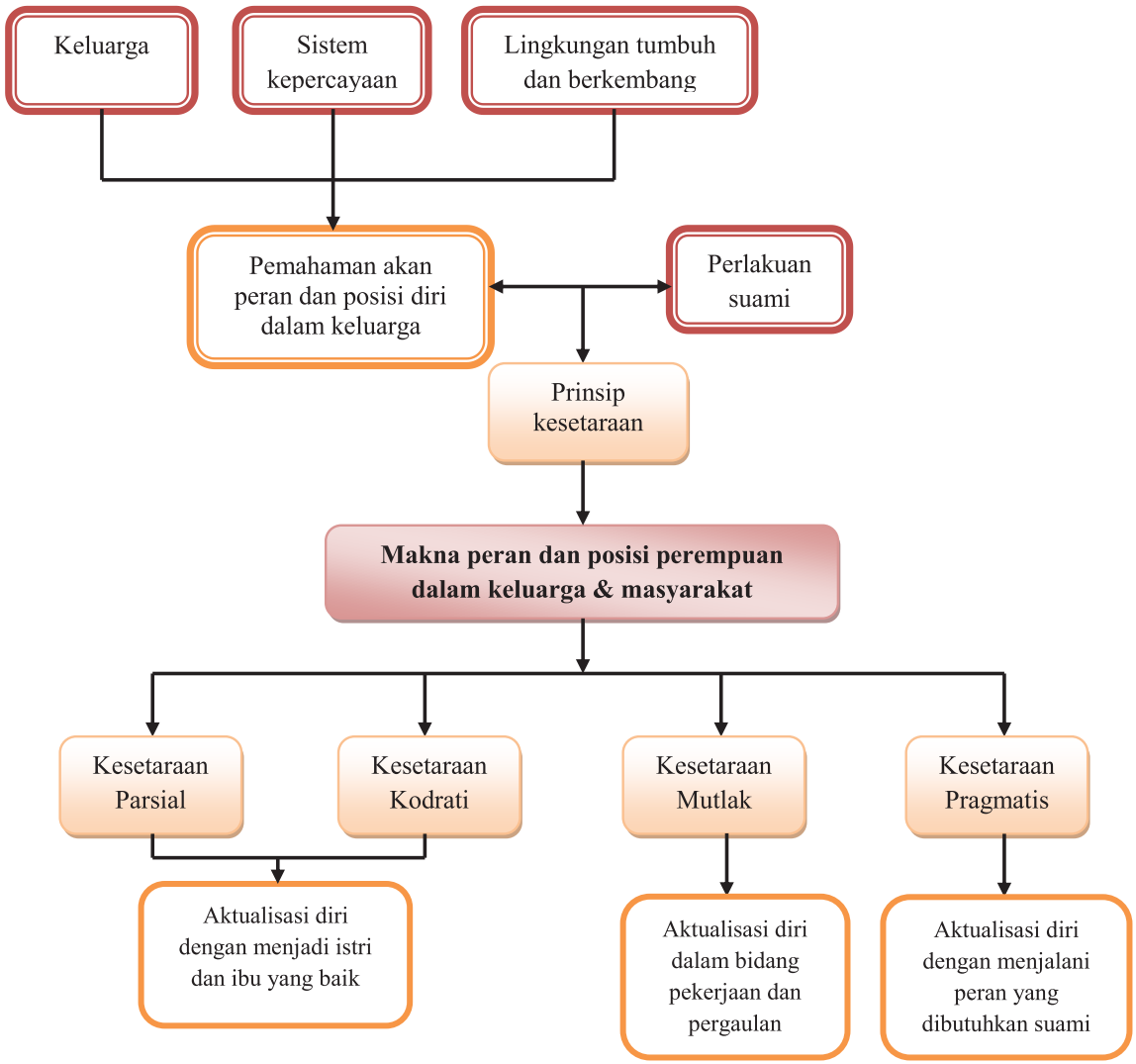
Peran gender dalam sebuah masyarakat pada dasarnya merupakan konstruksi masyarakat itu sendiri melalui objektifikasi yang mereka lakukan. Sebuah konteks yang dibentuk atas dasar konstruksi makna bersama mengenai konsep peran. Jika perempuan berpikir bahwa kodratnya adalah mengurus rumah tangga dan laki-laki beranggapan bahwa kodratnya adalah menjadi tulang punggung ekonomi keluarga, maka anggapan dan pemikiran tersebut tidak tumbuh atau muncul dengan sendirinya. Berger & Luckmann (1966: 121) menyebutnya sebagai bentuk reifikasi, yakni pemahaman produk-produk kegiatan manusia dengan cara seolah-olah hal itu bukan produk manusia. Reifikasi mengimplikasikan bahwa manusia mampu melupakan kenyataan bahwa ia sendirilah yang telah menghasilkan dunia manusiawi dan selanjutnya bahwa dialektika antara manusia, yang memproduksi, dan produknya sudah hilang dalam kesadaran.

Pemahaman peran gender dalam sebuah masyarakat yang disebut dengan kodrat atau takdir sebenarnya merupakan bentuk objektifikasi manusia itu sendiri. Berger dan Luckmann (1966) pun menegaskan bahwa begitu sebuah dunia sosial yang objektif tercipta, maka kemungkinan reifikasi tidak akan pernah jauh darinya. Objektivitas dunia sosial berarti bahwa ia dihadapi oleh manusia sebagai sesuatu yang berada di luar dirinya. Melalui reifikasi, dunia lembaga-lembaga tampak melebur dengan dunia alam. Ia menjadi keharusan dan takdir, dan dihayati seperti itu dengan rasa gembira atau sedih, tergantung keadaannya. Hal ini sejalan dengan salah satu keyakinan paham feminis liberal bahwa ketimpangan antara lelaki dan perempuan dikonstruksi secara sosial (*socially constructed*), dan tidak ada dasarnya dalam "alam" atau "kodrat" (dalam Ritzer & Goodman, 2010: 421). Demikian halnya dengan peran gender dalam sebuah budaya atau masyarakat.

Pemahaman peran gender masyarakat Indonesia berbeda dengan masyarakat Barat. Hal ini termanifestasi dalam cara suami *bule* memperlakukan istri Indonesianya sebagai seorang istri, seorang perempuan, dan seorang individu. Menurut kaum feminis liberal, tatanan gender ideal adalah kebebasan individu untuk memilih gaya hidup yang paling cocok untuk dirinya sendiri dan pilihan itu harus diterima dan dihormati oleh istri atau suami (Ritzer dan Goodman, 2010: 426). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan penelitian mengaku diperlakukan setara oleh suami. Setara dalam arti bahwa suami bersedia berbagi tanggung jawab dalam urusan rumah tangga dan anak. Informan penelitian pun mengaku bahwa suami memberi mereka kebebasan untuk bekerja jika mereka ingin bekerja, tetapi suami tidak pernah menuntut mereka untuk bekerja

dan menghasilkan uang. Peneliti melihat bahwa para suami informan menerapkan apa yang kurang lebih dimaksudkan oleh konsep feminis liberal dalam kehidupan sehari-hari. Para suami membebaskan informan untuk memilih gaya hidup mereka sendiri. Tidak hanya diberi hak untuk bekerja, dalam kehidupan berumah tangga sehari-hari pun informan penelitian mengaku bahwa sang suami tidak pernah menuntut untuk dilayani.

Informan penelitian melalui interaksinya dengan suami dalam kehidupan perkawinannya kemudian mendefinisikan sendiri peran dan posisinya sebagai perempuan dalam keluarga dan kehidupan bermasyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendefinisian peran dan posisi diri informan dalam keluarga ini sejalan dengan prinsip kesetaraan yang diberlakukan oleh suami yang terbagi atas empat pemaknaan kesetaraan yang berbeda, yakni *Kesetaraan Parsial, Kesetaraan Kodrati, Kesetaraan Mutlak,* dan *Kesetaraan Pragmatis*. Pemaknaan akan peran dan posisi diri informan penelitian dalam keluarga dan masyarakat ini peneliti rangkum dalam model berikut:



Gambar 1. Model Konstruksi Makna Peran dan Posisi Perempuan dalam Keluarga dan Masyarakat bagi Perempuan Indonesia Pelaku Kawin Campur
Sumber : Data Peneliti 2017

Gambar 1 menunjukkan bahwa sebelum menikah pemahaman informan akan peran dan posisinya dalam keluarga telah dibentuk oleh keluarganya, sistem kepercayaan, dan lingkungannya untuk tumbuh dan berkembang. Konsep mengenai peran tersebut kemudian berevolusi dan berkembang setelah informan berinteraksi dengan sang suami yang menjunjung prinsip kesetaraan dalam kehidupan perkawinan mereka sehari-hari. Informan penelitian kemudian mengadopsi prinsip kesetaraan yang diterapkan oleh suami tersebut dan mengembangkan pemaknaan dan konsepnya sendiri mengenai peran dan posisinya dalam keluarga dengan berbasis pada prinsip kesetaraan suami. Pada gilirannya, sejalan dengan waktu, informan memiliki konsep dan pemahaman yang utuh mengenai peran dan posisinya sebagai perempuan dalam keluarga dan masyarakat sejalan dengan prinsip suami yang menjunjung kesetaraan dalam berumah tangga, yakni sebagai yang setara parsial, setara kodrati, setara mutlak, dan setara pragmatis. Pemahaman yang utuh tersebut tercapai melalui proses internalisasi subjektif informan terhadap realitas objektif kehidupan perkawinan beda budaya yang dijalaninya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga dari tujuh informan penelitian – Lydia, Sandra, dan Suci – memaknai peran dan posisinya dalam keluarga sebagai yang setara parsial. Informan penelitian dalam kategori ini paham betul akan kodratnya sebagai seorang perempuan dan hanya menuntut kesetaraan dalam hak bekerja. Meskipun sang suami memperlakukannya dengan prinsip kesetaraan yang sebenarnya, yakni bersedia berbagi semua tanggung jawab dalam kehidupan berumah tangga dan memberikan kebebasan bagi istri untuk bekerja, bagi informan yang setara parsial tanggung jawab mengurus rumah tangga, suami, dan anak telah merupakan kodratnya dan tanggung jawabnya sebagai perempuan yang telah menikah. Kesetaraan bagi informan yang setara parsial adalah kesamaan hak untuk bekerja dan menghasilkan uang, sementara pekerjaan rumah atau kegiatan mengurus dan melayani suami memang harus mereka lakukan meskipun suami tidak pernah meminta atau bahkan menuntut mereka melakukan hal tersebut. Seperti yang diutarakan oleh Suci:

> "Memang ada hal-hal seperti urusan anak, rumah, yang lebih ditekankan kepada istri *gitu*, tapi saya saja yang istri seorang warga negara asing mengetahui itu bukan hanya wajib dilakukan oleh istri, tapi karena kodratnya kita itu. Saya sangat bersyukur karena punya partner *bule* yang notabene menganggap itu kewajiban bersama, tanggung jawa bersama, tapi saya didik orang tua saya bahwa mengurus anak, rumah, bersihin rumah itu kan sudah hal-hal yang rutin, jadi *nggak* perlu kita terlalu berkicau "ah saya *capek ngurusin* rumah" *no*, itu sudah jadi adat bagi saya."

Sandra pun berpendapat demikian. Bagi Sandra peran perempuan adalah menyediakan segala hal yang menjadi kebutuhan sang suami, anak, dan rumah tangganya. Sandra selalu merasa bersalah saat menemukan suaminya menyiapkan sarapan sendiri setiap paginya. Sedangkan suami tidak pernah merasa itu sebuah masalah. Bagi suami, selama ia masih bisa mengerjakannya sendiri, ia tidak merasa perlu meminta Sandra untuk melakukannya.

Sementara memahami kodratnya sebagai seorang perempuan dengan segala tanggung jawab penuh akan kebutuhan rumah tangga,

suami, dan anak, informan penelitian setara parsial hanya menginginkan satu hal dari suaminya, yakni hak untuk juga bekerja dan menghasilkan uang. Kesetaraan dalam definisi mereka adalah setara dalam hal mendapatkan hak untuk bekerja. Berikut adalah pendapat Sandra:

"*.....gue pengen* hidup itu produktif, *gue pengen* anak *gue* juga bekerja, jadi ibarat kata *gue nggak nadah* sama suami. Walaupun *gue udah* nikah nanti *gue* tetap harus kerja, kecuali *gue* punya anak, *gue* minta *break*, selama tiga tahun, selama tiga tahun itu *gue* fokus. Karena kan *gue* belajar dari *nyokap gue*, tiga tahun itu masa-masa perkembangan, *gue nggak* mau lepas anak itu dari tangan *gue. Gue nggak* mau anak *gue* dididik sama *babysitter*...."

Pada kehidupan bermasyarakat informan penelitian yang setara parsial mencapai aktualisasi diri dengan berusaha menjadi istri dan ibu yang baik bagi keluarganya. Informan menginternalisasikan perannya sebagai yang bertanggung jawab penuh atas rumah tangga dan keluarga yang memiliki posisi setara dengan suami dalam mengambil keputusan apa pun yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua dari tujuah informan – yakni Nana dan Erni – memaknai peran dan posisinya dalam keluarga sebagai yang setara kodrati. Bagi informan penelitian yang setara kodrati, masing-masing suami dan istri memiliki perannya, dan perannya sebagai seorang istri adalah bertanggung jawab atas semua kebutuhan rumah tangga, suami, dan anak. Informan yang setara kodrati berpandangan bahwa suami dan istri menjalankan perannya masing-masing sebaik mungkin. Bagi yang setara kodrati, sebagai perempuan yang berkeluarga mereka mendedikasikan hidup sepenuhnya untuk mengurusi rumah tangga, suami, dan anak. Pemahaman mereka akan kodrat mereka sebagai perempuan sama dalamnya dengan pemahaman informan penelitian yang setara parsial mengenai kodrat perempuan, namun mereka tidak pernah merasa bekerja sebagai tujuan hidup atau sesuatu yang mereka inginkan setelah menikah. Tugas bekerja dan mencari uang bagi mereka adalah peran suami. Informan ini berasal dari keluarga yang memegang teguh kodrat peran suami dan istri tersebut. Bagi informan penelitian yang setara kodrati, kehidupan setelah menikah sepenuhnya adalah seputar mengurus suami dan anak. Menurut mereka itu adalah suatu bentuk pekerjaan. Seperti yang diutarakan oleh Nana:

"Kan untuk *memanage* rumah tangga itu peran perempuan paling penting, karena kan laki-laki bisanya kerja *doang*, biasanya kalau *ngurusin* rumah tangga – kalau semuanya suami kan, dia perlu istri kan, dia perlu wanita kan, peran penting lah. Di rumah itu lebih banyak kerjaan *loh* daripada di luar."

Hal senada pun dinyatakan oleh Erni:

"Peran perempuan ya sebagai ibu, sebagai istri, tugasnya ibu dan tugasnya istri. Sebagai ibu ya bertanggung jawab sama rumah dan anak-anak, sebagai istri ya saya bertanggung jawab sama suami saya."

Suami memberi mereka kebebasan untuk menentukan apa yang ingin mereka lakukan, bagi informan penelitian yang setara kodrati urusan anak dan keluarga tetaplah yang utama. Pemahaman mereka akan peran mereka dalam keluarga tidak membuat mereka merasa berada di bawah suami atau merasa inferior. Mereka mengungkapkan bahwa perlakuan suami yang menyetarakan posisi mereka membuat mereka menyadari bahwa posisi mereka dengan suami adalah sama dalam keluarga, sama-sama memiliki kekuatan dalam segala

urusan yang berhubungan dengan keluarga. Saat ditanya mengenai kemungkinan bekerja dan berkarier kedua informan lebih memilih untuk memfokuskan diri mengurusi anak dan suami. Bagi Erni dan Nana, selama suami masih memberi mereka kesempatan untuk berkumpul bersama teman-teman dan bersosialisasi, mereka tidak pernah merasa terbebani oleh pekerjaan mengurus rumah tangga. Informan yang setara kodrati mencapai aktualisasi dirinya dengan menjadi istri dan ibu yang baik bagi keluarganya karena fokus utama mereka adalah keluarga.

Satu-satunya informan penelitian yang masuk dalam kategori ini adalah Mary. Mary memaknai peran dan posisinya dalam keluarga sebagai yang setara dengan sang suami, persis seperti prinsip kesetaraan yang diterapkan oleh sang suami. Mary besar dalam lingkungan keluarga yang tidak menganut pandangan konvensional mengenai kodrat peran suami dan istri dalam keluarga. Sejak kecil orangtua Mary membiasakannya tumbuh bebas menentukan pilihan untuk menjadi apa yang ia mau. Selain itu, dalam lingkungan pergaulan Mary yang seringkali banyak dikelilingi oleh teman-teman *bule*, Mary mengadopsi paham kesetaraan yang sebenar-benarnya antara perempuan dan laki-laki. Mary juga berkesempatan untuk mengenyam pendidikan di luar negeri dengan budaya Barat yang kental akan paham kesetaraan tersebut. Sebagai individu berpendidikan tinggi, berpengalaman hidup di luar negeri dengan lingkungan pergaulan yang selalu dipenuhi oleh *bule* bahkan sebelum bertemu sang suami, Mary mengembangkan cara berpikir yang berbeda dari kebanyakan perempuan Indonesia mengenai peran perempuan setelah menikah. Mary berpandangan bahwa pernikahan adalah sebuah bentuk *partnership.* Segalanya harus seimbang antara tanggung jawab suami dan istri. Menurut Mary:"....kalau *gue sih* konsepnya dari dulu *emang* yang sebagai partner ya....*partnership aja* pokoknya....*equal sih* kalau *gue* bilang...."

Pada kehidupan sehari-hari Mary tidak merasa adanya obligasi untuk melayani atau mengurusi suami. Mary merasa setara dengan suami dalam segala hal, meliputi urusan rumah tangga, anak, dan hak bekerja untuk menghasilkan uang. Seperti pemaparan Mary berikut:

"Kalo aku *sih* sama dia (suami) aku bilang-nya kita partner....., karena *gue* juga kadang *males ngurusin* makan dia, dia juga *don't mind kok*, dia biasa bikin sendiri makanannya atau keluar cari makan di luar, yang kayak gitu-gitulah....."

Berdasarkan hal tersebut, konsep kesetaraan bagi informan penelitian yang setara mutlak adalah yang mencakup segala aspek dalam kehidupan berumah tangga. Suami dan istri saling berbagi tanggung jawab yang sama besar dalam kehidupan berumah tangga mereka. Maka, bagi Mary bentuk aktualisasi dirinya dalam kehidupan bermasyarakat tidak hanya bekerja, melainkan juga bersosialisasi. Statusnya sebagai istri dan ibu tidak banyak mengubah pola pergaulan sebelumnya.

Rini, satu-satunya informan penelitian yang pragmatis, beranggapan bahwa hidupnya dan keberadaannya hanya berkaitan dengan masa kini. Pahamnya akan kesetaraan yang diterapkan oleh suami adalah bagaimana suami dan istri masing-masing memenuhi perannya sebagaimana yang dibutuhkan oleh pasangan mereka. Perannya sebagai perempuan, sebagai

istri pun berorientasi pada kepentingan praktis masa kini dan kebutuhan pasangannya. Saat ini Rini tengah menyelesaikan pendidikannya sebagai mahasiswa tahun akhir sebuah perguruan tinggi swasta di Jakarta. Keputusan Rini melanjutkan kuliah pun karena didorong oleh sang suami. Rini sama sekali tidak memiliki gambaran mengenai masa depannya, tidak memiliki cita-cita dan ambisi. Dia cukup senang dengan apa yang dimilikinya saat ini. Bagi Rini yang terpenting adalah apa yang terjadi hari ini, urusan besok atau masa depan ia serahkan pada waktu. Saat ini yang terpenting baginya adalah menyelesaikan kuliah seperti yang diinginkan oleh suaminya dan menjadi istri yang baik dengan selalu berusaha berada di sisi sang suami. Ketika menyinggung kemungkinan untuk bekerja atau berkarier, Rini berkomentar:

"……kadang orang suka *ngiri* sama aku '*gue ngiri deh* sama *lo* rin, *lo nggak* disuruh kerja, *lo* tinggal di rumah *aja*, *lo* mau *ngapain* juga terserah! *Lah, emang* harusnya *gimana dong*?"

Rini memaknai perannya sebagai seorang istri tergantung pada kondisi dan orientasi waktu masa kini, pada aspek manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Bagi yang setara pragmatis, perannya sebagai individu bergantung pada kebutuhan pasangannya akan dirinya. Dia akan melakukan apapun untuk memenuhi kebutuhan suaminya. Saat ini sebagai istri Rini hanya ingin menjadi istri yang baik bagi suami, seperti yang suaminya inginkan. Jika nanti memiliki anak, Rini pun hanya ingin menjadi ibu yang baik bagi anaknya kelak. Rini mengaktualisasikan dirinya dalam kehidupan bermasyarakat dengan selalu berusaha menjadi istri yang baik bagi sang suami, selalu berusaha tampil sebaik mungkin – sebisa mungkin – sesuai dengan keinginan suami. Hal ini ditunjukkan Rini dengan selalu membiarkan suami memilihkan baju dan sepatu yang harus dibelinya saat berbelanja. Rini merasa perlu merepresentasikan dirinya sebaik mungkin sebagai seorang istri. Informan menginternalisasikan perannya sebagai seorang istri berdasarkan kebutuhan suaminya yang berorientasi pada masa kini.

Informan tidak pernah berbicara mengenai kodrat dan tanggung jawab. Informan hanya berbicara mengenai perannya yang terbentuk karena kebutuhan suami. Dia akan melakukan apa yang diminta suami dan tidak melakukan apa yang tidak diinginkan suami. Orientasi informan ada pada kebutuhan suaminya. Informan pun meletakkan kepercayaan sepenuhnya dan nasibnya pada suami, sehingga segala keputusan yang berhubungan dengan kepentingan bersama diserahkannya pada suami. Ketergantungan informan yang tinggi terhadap keberadaan suami mungkin akan membawa dampak negatif bagi dirinya sendiri saat sang suami tiada suatu hari nanti. Ketergantungan inilah yang membuat informan termasuk dalam kategori setara pragmatis, yang memainkan perannya hanya karena harus melengkapi peran yang lain, yakni suami dan istri.

Simpulan

Peran gender dalam sebuah perkawinan lintasbudaya melibatkan negosiasi yang panjang melalui interaksi-interaksi yang terjalin antara suami dan istri. Bagaimana dua cara pandang dari dua latar belakang budaya yang berbeda saling melebur, melengkapi, kemudian berkembang menjadi pemaknaan "baru" atas peran dan posisi perempuan

dalam kehidupan berumah tangga. Isu peran gender mungkin merupakan satu dari banyak isu kompleks lainnya dalam perkawinan lintasbudaya, namun bukan berarti isu tersebut tidak bisa diatasi. Pada konteks inilah komunikasi memegang peran penting.

Komunikasi dua arah dengan bahasa yang sama-sama dimengerti oleh kedua belah pihaklah yang memungkinkan negosiasi pemaknaan peran gender dalam kehidupan perkawinan lintas budaya. Pada gilirannya, kedua belah pihak akan bertindak sesuai dengan harapan pasangannya masing-masing dalam rangka menyesuaikan diri satu sama lain.

Daftar Pustaka

Adeney, Bernard T. (2004). *Etika Sosial Lintas Budaya.* Yogyakarta: Kanisius.

Anh, T.T. (1984). *Nilai Budaya Timur dan Barat Konflik atau Harmoni? (* J. Yap Pereira Penerjemah). Jakarta : PT. Gramedia.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Penguin UK.

Blumer, Herbert. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method.* New Jersey: Prentice-Hall.

Gudykunst, William & Young Yun Kim. (1992). *Communicating with Strangers.* New York: McGraw-Hill.

Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society* (Vol. 111). University of Chicago Press.: Chicago.

Mulyana, Deddy. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

_____ & Solatun. (2008). *Metode Penelitian Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2010). Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern. *Yogyakarta: Kreasi Wacana*.

Samovar, Larry A., Richard E. Porter, & Edwin R. McDaniel. *Communication Between Cultures.* Belmont: Thomson Higher Education.

West, Richard & Lynn H. Turner. (2006). *Understanding Interpersonal Communication.* Belmont: Thomson Higher Education.

Sumber Lain

S.R., Indah Permata Kusumastuti. (2007). *Penetrasi Sosial Pasangan Menikah Berbeda Budaya (Studi Kasus Pasangan Menikah Amerika dengan Indonesia)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia (www.lib.ui.ac.id), Jakarta.

JURNALISME SENSITIF BENCANA DALAM MANAJEMEN PENCARIAN, PENGELOLAAN, INFORMASI DAN PEMBERITAHUAN BENCANA DI RUANG REDAKSI

Fajar Junaedi[1], Filosa Gita Sukmono[2]
Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Ring Road Barat, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55184.
Telp. (0274) 387656
Email : fajarjun@umy.ac.id[1], filosa@umy.ac.id[2]

Abstract

The real experience of journalists in the field when disaster coverage is learning that can be researched empirically in disaster coverage in the present and future. The purpose of this research described problems communication disaster experienced by reporters at the disaster, within specific research about experiences journalist who served in Yogyakarta and surrounding when coverage eruption Merapi 2010. Methods used in this research is in-depth interviews with the journalists who involved in disaster coverage. The result of this research was found an important aspect that must be controlled reporters, namely, the ability accuracy and verification of data in coverage that puts forward journalism sensitive disasters and as well as to give hope to residents affected disaster and people through journalism optimistic in disaster coverage. The absence of standard operating procedure (SOP) of disaster coverage during the eruption of Merapi Mount eruption in 2010 became a valuable lesson for various media. The SOP of disaster coverage becomes significant in disaster coverage which now has to be prepared by the editor before giving assignments to journalists to cover the disaster. This research contributes to give a new insight for journalist on disaster journalism issue.

Keywords: *disaster, communication, disaster-sensitive journalism, optimistic journalism*

Abstrak

Pengalaman nyata wartawan di lapangan saat liputan bencana merupakan pembelajaran yang bisa dikaji secara empiris dalam liputan bencana di masa kini dan mendatang. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan persoalan komunikasi bencana yang dialami oleh wartawan di lokasi bencana, dengan secara spesifik meneliti tentang pengalaman wartawan yang bertugas di Yogyakarta dan sekitarnya saat liputan erupsi Gunung Merapi tahun 2010. Metode yang digunakan yaitu wawancara mendalam kepada para wartawan yang terlibat dalam liputan bencana. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan aspek penting yang harus dikuasai wartawan, yaitu, kemampuan akurasi dan verifikasi data dalam liputan yang mengedepankan jurnalisme sensitif bencana dan sekaligus memberikan harapan kepada warga terdampak bencana maupun khalayak melalui jurnalisme optimis dalam liputan bencana. Belum adanya standar operasi prosedur (SOP) liputan bencana pada saat liputan bencana erupsi Gunung Merapi tahun 2010 menjadi pelajaran berharga bagi berbagai media. SOP liputan bencana menjadi hal yang signifikan dalam peliputan bencana yang kini harus disiapkan oleh redaksi sebelum memberikan penugasan kepada wartawan untuk meliput bencana. Kontribusi penelitian ini adalah wawasan baru kepada wartawan mengenai jurnalisme sensitif bencana.

Kata kunci : bencana, komunikasi, jurnalisme sensitif bencana, akurasi, verifikasi

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang rentan terhadap bencana alam, dalam berbagai bentuk, mulai dari banjir, gunung meletus, tanah longsor dan gempa bumi. Membicarakan tentang bencana alam maka setidaknya bencana alam bisa dilihat dari beberapa perspektif; yaitu pertama, bencana alam yang terjadi karena faktor alam, seperti gempa bumi dan erupsi gunung berapi. Bencana alam seperti ini tidak bisa dihindari oleh manusia, namun bukan berarti tidak ada yang bisa

dilakukan oleh manusia. Kemajuan teknologi telah menjadikan manusia semakin tanggap terhadap bencana alam yang terjadi, dimana bencana alam dapat diprediksi dan diantisipasi. Kurangnya kesadaran atas pelestarian ekologi lingkungan menjadi sebab utama terjadinya bencana alam dalam perspektif kesiapsiagaan bencana (Junaedi dan Sukmono, 2017: 3). Kedua adalah bencana nonalam yaitu bencana yang disebabkan oleh kemajuan bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau rangkaian peristiwa nonalam yang antara lain berupa gagal teknologi, gagal modernisasi, epidemi, dan wabah penyakit.

Salah satu bencana nonalam yang menonjol pada tahun 2016 adalah ambruknya Jembatan Kuning di Klungkung, Bali, yang ambruk saat Hari Nyepi Segara, Minggu 16 Oktober 2016. Jembatan ini sebenarnya dikhususkan untuk pejalan kaki, namun dalam perkembangannya juga digunakan untuk sepeda motor sehingga akhirnya tidak mampu menahan beban dan roboh (Junaedi dan Sukmono, 2017 : 3). Ketiga adalah bencana sosial adalah bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau serangkaian peristiwa yang diakibatkan oleh manusia yang meliputi konflik sosial antarkelompok atau antarkomunitas masyarakat, dan teror. Dalam konteks Indonesia, bencana sosial saat ini masih menjadi ancaman serius. Kerusuhan yang terjadi pada Mei 1998, yang kemudian merembet ke berbagai konflik horizontal antarkelompok suku dan agama, seperti yang terjadi di Kalimantan Barat dan Maluku pasca reformasi 1998 membuktikan potensi bencana sosial yang bisa meledak sewaktu – waktu (Junaedi dan Sukmono, 2017: 4-5).

Tahun 2016, bencana alam di Indonesia tercatat sebagai salah satu tahun terburuk dalam sejarah kebencanaan, sebagaimana yang terlihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. Bencana yang Terjadi Sepanjang tahun 2016

No	Lokasi dan Waktu	Bentuk Bencana	Korban
1.	Gunung Sinabung di Kabupaten Karo, Sumatera Utara, 21 Mei 2016	Awan panas yang berasal dari erupsi Gunung Sinabung	Tujuh orang meninggal dunia dan 2 orang kritis dengan luka bakar terkena awan panas bersuhu 700 derajat celsius
2.	Purworejo, 18 Juni 2016	Banjir bandang dan tanah longsor melanda daerah perbukitan di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah.	43 orang warga di lokasi bencana meninggal dengan rincian 39 meninggal karena longsor dan empat orang meninggal karena banjir di Kabupaten Purworejo. BPBD Purworejo membuat estimasi jumlah kerugian akibat bencana banjir dan longsor yang terjadi sekitar Rp 15,7 miliar, dengan nilai kerusakan untuk rumah Rp 4,1 miliar dan infrastruktur Rp 11,6 miliar.
3.	Garut, Jawa Barat, 20 September 2016	Sungai Cimanuk yang berada di sekitar Kota Garut meluap.	Laporan BNPB menyebutkan bahwa 34 orang meninggal, 19 orang hilang, dan 35 orang terluka akibat bencana itu. Sementara, sebanyak 6.361 warga harus mengungsi. Tercatat sekitar 2.511 rumah rusak berat dan ringan, serta 100 rumah hilang akibat tersapu banjir bandang Garut. Sebanyak 6.361 orang pun diungsikan ke sejumlah lokasi pengungsian

No	Lokasi dan Waktu	Bentuk Bencana	Korban
4.	Jembatan Kuning di Klungkung, Bali, ambruk saat Hari Nyepi Segara, Minggu 16 Oktober 2016	Jembatan Kuning di Klungkung, Bali, yang menghubungkan dua pulau kecil, Nusa Lembongan dan Nusa Ceningan. ambruksaat Hari Nyepi karena tidak kuat menahan beban. Jembatan ini sebenarnya untuk pejalan kaki, namun banyak digunakan untuk sepeda motor.	Korban yang terdiri dari 8 orang tewas dan 34 luka sudah ditemukan semuanya dan dievakuasi, termasuk 17 sepeda motor yang ikut masuk ke laut
5.	Bandung, Jawa Barat, 3 November 2016	Banjir terjadi di 20 titik di Kota Bandung akibat drainase yang buruk dan sungai yang meluap.	10 rumah jebol temboknya.
6.	Kabupaten Pidie Jaya, Aceh, 7 Desember 2016	gempa bumi berkekuatan 6,5 skala Richter dengan durasi 10-15 detik.	Meninggal 112 jiwa dan ratusan orang lainnya terluka.

Sumber : Junaedi dan Sukmono, 2017 : 6 – 7.

Jurnalisme yang mengabarkan tentang bencana, yang selanjutnya akan disebut sebagai jurnalisme bencana, menjadi perhatian di Indonesia terutama setelah bencana gemba bumi dan tsunami di Aceh tahun 2004 dan erupsi Gunung Merapi di Yogyakarta dan Jawa Tengah pada tahun 2010. Ahmad Arif menuliskan bahwa jurnalisme bencana pada pemberitaan erupsi Gunung Merapi telah diwarnai dengan praktek cemar. Seorang reporter yang berasal dari sebuah stasiun televisi Jakarta salah membedakan suhu panas dan hujan abu dengan awan panas. Akibat kesalahan dalam pemberitaan tersebut terjadi kepanikan, bahkan seorang pengungsi meninggal tertabrak truk akibat suasana panik. Pada tayangan lain, sebuah stasiun televisi yang bersiaran secara nasional, menyebutkan dalam sebuah program infotainment di tanggal 7 November 2010 bahwa Yogyakarta adalah kota malapetaka dan menyebutkan hasil wawancara bahwa pada tanggal 8 November 2010 akan terjadi malapetaka besar di Yogyakarta. Akibatnya kepanikan kembali melanda pengungsi (Arif, 2013: 142 – 143).

Pada konteks erupsi Gunung Merapi tahun 2010, wartawan di Yogyakarta memiliki pengalaman berharga saat peliputan bencana erupsi Gunung Merapi tahun 2010. Erupsi gunung aktif yang berada di perbatasan Daerah Istimewa Yogyakarta dan Propinsi Jawa Tengah ini terjadi dalam periode cukup lama, yang memungkinkan wartawan terjun langsung saat bencana terjadi. Pengalaman berharga lain adalah wartawan di Yogyakarta bukan saja dalam posisi sebagai wartawan yang meliput dan mengabarkan bencana, namun juga mereka terdampak erupsi Gunung Merapi, setidaknya terdampak hujan abu vulkanik.

Pengalaman liputan saat berlangsungnya bencana erupsi Gunung Merapi dimana reporter salah menyebut hujan abu vulkanik sebagai *wedhus gembel* menjadi pengalaman berharga bagi para wartawan di Yogyakarta.

Wedhus gembel sebenarnya adalah istilah lokal masyarakat di sekitar Gunung Merapi untuk menyebut awan panas, bukan hujan abu vulkanik. Kesalahan yang dilakukan oleh reporter televisi dalam mengartikan *wedhus gembel* telah menyebabkan kepanikan warga di sekitar Gunung Merapi. Hal inilah yang melatarbelakangi urgensi penelitian ini, agar komunikasi bencana tidak menjadi bencana komunikasi.

Penelitian terdahulu tentang komunikasi dalam bencana pernah dilakukan oleh Puji Lestari, Sari Bahagiari Kusumayudha, Eko Teguh Paripurno dan Herlina Jayadianti (2016) berjudul *Enviromental Communication Model for Disaster Mitigation of Mount Sinabung Eruption Karo Regency of North Sumatra*. Penelitian yang mereka lakukan menemukan bahwa komunikasi dalam situasi bencana bersifat rumit dan berhadapan dengan manajemen konflik. Penelitian tersebut menyajikan model komunikasi dengan menggunakan pendekatan kearifan lokal untuk meningkatkan efektifitas komunikasi publik dalam mengatasi manajemen konflik khususnya di wilayah bencana (Lestari, Kusumayudha, Paripurno dan Jayadianti, 2016 : 4265 – 4270). Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memfokuskan pada bagaimana pencarian dan pengelolaan informasi serta pemberitaan tentang bencana. Temuan penelitian ini diharapkan menjadi model pengembangan jurnalisme sensitif bencana dalam praktek jurnalisme di Indonesia. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan persoalan komunikasi bencana yang dialami oleh wartawan di lokasi bencana, dengan secara spesifik meneliti tentang pengalaman wartawan yang bertugas di Yogyakarta dan sekitarnya saat liputan erupsi Gunung Merapi tahun 2010.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kerangka penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus tentang jurnalisme sensitif bencana dalam pencarian informasi, pengolahan dan pemberitaan bencana di ruang redaksi. Secara lebih spesifik penelitian difokuskan pada pencarian informasi, pengolahan dan pemberitaan bencana erupsi Gunung Merapi di tahun 2010. Bencana erupsi Gunung Merapi terjadi dalam rentang waktu yang cukup panjang, meliputi pra erupsi, erupsi dan pasca erupsi. Rentang waktu bencana ini menjadi pengalaman berharga bagi wartawan yang meliput bencana ini serta redaktur di ruang redaksi. Analisis studi kasus berusaha menjelaskan sebuah realitas sosial secara holistik atau menyeluruh tentang pencarian informasi, pengolahan dan pemberitaan bencana. Peneliti harus bersikap hati-hati dan teliti agar semua realitas yang dilihatnya dapat tercatat dengan baik saat melakukan penelitian.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada Okto Lamipto (pemimpin redaksi harian Kedaulatan Rakyat), Bambang Muryanto (jurnalis Jakarta Post), Anton Wahyu Prihartono (pemimpin redaksi Harian Jogja), Sulis (jurnalis RBTV), Sirajudin Hasbi (jurnalis Fandom), Dwi Nourma Handito

(jurnalis Tribun Jogja), Beni Listio (jurnalis radio Sonora FM) dan Lalita Gandaputri (produser MetroTV). Wawancara jenis ini bersifat lentur dan terbuka, tidak memiliki struktur ketat, tidak dalam suasana formal dan bisa dilakukan berulang pada informan. Teknik ini dilakukan pada semua informan. Bagian terpenting dalam wawancara mendalam adalah menanyakan pertanyaan yang ada di panduan wawancara (*interview guide*) yaitu tentang bagaimana peliputan bencana berbasis jurnalisme sensitif bencana di ruang redaksi dan mengembangkannya ke dalam berbagai pertanyaan serta kemudian mencatat jawaban informan atas pertanyaan yang diajukan secara akurat (Neuman, 2000: 277). Teknik pemilihan informan dapat dilakukan lebih bersifat *purposive sampling* atau *criterion-based selection* dengan kriteria informan yang pernah terlibat dalam peliputan dan proses produksi berita tentang bencana.

Setelah data terkumpul, lalu dilakukan analisis dengan prosedur analisis antarkasus (*cross-site analiyis*) (Neuman, 2000: 32). Analisis seperti ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi *micro level* berupa tindakan individual sampai *macro level* yang berupa proses dan struktur sosial yang luas (Vaughan dalam Neuman, 2000: 33). Pada setiap kasus terjadi proses analisis model interaktif, dengan tiga komponen yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan simpulan atau verifikasi dalam proses siklus (Miles dan Huberman dalam Sutopo, 2002 : 186). Reduksi data dalam penelitian ini merupakan bagian proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data dari *fieldnote*. Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sedangkan penarikan kesimpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan bisa dipertanggungjawabkan (Sutopo, 2000: 90 – 93).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada konteks jurnalisme, jurnalisme bencana di Indonesia, peliputan bencana menjadi persoalan yang mengemuka. Persoalan itu berkisar tentang peliputan bencana yang tidak memiliki sensitivitas terhadap korban bencana seperti yang terjadi pada liputan televisi yang mengambil gambar korban bencana dengan cara pengambilan gambar dengan teknik *zoom in*, *medium close* up dan *close up*. Cara pengambilan gambar yang dianggap telah mengkomodifikasi penderitaan korban bencana. Persoalan lain adalah tentang akurasi pemberitaan tentang bencana, baik penggunaan istilah kebencanaan maupun geografi lokasi bencana. Data – data yang didapatkan dari para jurnalis dan redaktur berikut ini menunjukan persoalan dan tantangan di lapangan dalam peliputan bencana.

Persoalan dan tantangan pertama adalah akurasi. Menurut pada informan penelitian, seharusnya wartawan mampu membuat konten yang mampu mendorong korban bencana bisa bangkit dari musibah yang mereka alami. Akurasi data dalam setiap liputan bencana harus menjadi perhatian utama bagi setiap wartawan. Berdasarkan pengalaman wartawan, persoalan akurasi ini terjadi karena tuntutan untuk memberitakan informasi bencana secara cepat. Tuntutan

kecepatan ini berkaitan dengan keinginan wartawan untuk mengabarkan lebih cepat kepada publik dan sekaligus lebih cepat daripada media yang lain.

Persoalan kedua adalah sumber informasi tentang bencana. Kondisi saat erupsi Gunung Merapi tidak bisa disamakan dengan saat ini, dimana pada masa sekarang Badan Nasional Penanggulangan Bencana baik di tingkat pusat dan daerah bisa menjadi sumber informasi primer. Pada saat erupsi Merapi tahun 2010, sumber informasi primer berasal dari pejabat pemerintah dan korban di lokasi bencana. Pada saat yang bersamaan pada masa itu, media sosial sudah mulai menggeliat dan belum dikelola dengan baik oleh pemerintah. Media sosial secara umum dikelola oleh publik, baik akun pribadi maupun komunitas. Melalui media sosial, informasi tentang bencana disebarkan dan menjadi viral. Media massa harus berhadapan dengan entitas baru bernama media sosial. Beberapa informasi tentang kebencanaan yang berasal dari media sosial diolah oleh media massa sebagai berita, meskipun kemudian terjadi potensi ketidakakuratan informasi.

Potensi ketidakakuratan informasi, bukan alasan media sosial tidak bisa dimanfaatkan dalam simbiosis mutualisme dengan media massa. Kemajuan teknologi komunikasi berbasis internet telah memungkinkan berkembangnya jurnalisme warga (*citizen journalism*) berbasis media sosial. Media massa arus utama (*mainstream mass media*), baik dalam bentuk media cetak maupun media elektronik, bisa memanfaatkan informasi bencana dari jurnalisme warga dengan terlebih dahulu harus mengenal karakteristik media sosial. Penguasaan literasi media sosial menjadi aspek penting sebelum menggunakan jenis media baru ini sebagai sumber informasi bencana.

Pada kasus erupsi Gunung Merapi terjadi fenomena unik dalam pengelolaan informasi bencana dimana sumber informasi primer yang menjadi rujukan wartawan adalah pemimpin informal yang menjadi juru kunci Gunung Merapi. Namanya sangat terkenal di media massa yaitu Marijan, yang akrab dikutip media massa dengan sebutan Mbah Marijan. Mbah adalah sebuah kosakata Bahasa Jawa yang berarti Kakek, sedangkan juru kunci adalah *abdi dalem* (pegawai kraton Kasultanan Yogyakarta). Mbah Marijan adalah figur populer ketika terjadi erupsi Gunung Merapi. Sebagai juru kunci Gunung Merapi, Mbah Marijan memiliki nilai berita tinggi terutama setelah menolak turun dari rumahnya di kawasan bencana. Akhirnya Mbah Marijan meninggal terkena awan panas Gunung Merapi. Bagi wartawan, berita yang bersumber dari perkataan Mbah Marijan memiliki nilai berita yang tinggi mengingat ketokohannya dalam konteks kearifan lokal di sekitar Gunung Merapi.

Menurut pada informan, sumber informasi yang paling bisa dipercaya adalah rilis pers dari lembaga pemerintah yang berwenang pada persoalan bencana. Untuk itu secara ideal, informasi bencana yang diolah di ruang redaksi terutama adalah informasi yang berasal dari rilis pers lembaga yang berwenang. Akurasi informasi dari rilis pers bisa dipertanggungjawababkan

validitasnya. Dalam konteks bencana, pemerintah memiliki fungsi asistif atau penolong, yaitu menyangkut pemberian bantuan yang diperlukan warga yang terdampak bencana (Lucida, 2013: 43). Fungsi ini seharusnya dipahami secara lebih luas yaitu pemberian bantuan informasi tentang bencana kepada media massa untuk disebarluaskan ke masyarakat. Tujuannya tentu saja adalah mitigasi bencana untuk masyarakat agar tidak jatuh korban.

Persoalan tentang akurasi dan sumber informasi yang menjadi pokok persoalan yang dihadapi wartawan di Yogyakarta saat meliput erupsi Gunung Merapi berkelindan dengan prinsip verifikasi dalam jurnalisme. Keberadaan rilis pers, informasi dari warga di lokasi bencana serta dari media sosial dalam peliputan bencana harus dilihat dalam perspektif verifikasi. Prinsip verifikasi menjadi poin penting yang disampaikan secara implisit oleh wartawan dan redaktur. Ini berarti, wartawan dan redaktur harus menjaga informasi pemberitaannya agar tidak terjadi kepanikan dan ketakutan. Jangan sampai publik yang dirundung kemalangan semakin dilanda kepanikan dan ketakutan akibat produk jurnalisme "isi" yang tidak jelas kebenarannya (Badri, 2011: 156). Verifikasi ini bisa dilakukan dengan melakukan *cross check* berbagai informasi yang berasal dari beragam sumber tersebut. Semakin informasinya sama, maka informasi semakin valid dan akurat. Sebaliknya jika terjadi perbedaan informasi dari berbagai sumber informasi maka validitas dan akurasi berita perlu dipertanyakan.

Wartawan yang menjadi informan penelitian ini mengakui bahwa wartawan terkadang sangat lemah dalam proses verifikasi data, baik itu dalam kasus bencana alam maupun bencana sosial. Hal ini terjadi karena wartawan terlalu banyak bertumpu dengan *second opinion* yang hal tersebut biasanya justru malah tidak benar.

Ketelitian dalam melakukan verifikasi informasi menjadi sangat penting agar tidak terjadi bencana informasi. Fakta terjadinya kekeliruan informasi dalam pemberitaan bencana di televisi ini menjadi pembelajaran yang berharga bagi dunia jurnalisme di Indonesia. Sebuah fakta ironis adalah adanya fakta terutama media di Indonesia, ada persoalan media dimana media di Indonesia juga belum memiliki standar operasional yang jelas saat meliput bencana (Arif, 2010: 34). Verifikasi dan ketelitian menjadi hal yang harus diperhatikan dalam jurnalisme sensitif bencana.

Persoalan dan tantangan ketiga adalah kemampuan wartawan mendapatkan dan mengola informasi tentang peta bencana. Pemahaman yang baik tentang peta bencana harus diperhatikan media agar jangan sampai mereka justru malah memperburuk suasana, menambah kesedihan dan penderitaan korban bencana. Jangan membuat pembaca berita khawatir dengan berita-berita yang diterbitkan. Peta bencana ini berkaitan dengan istilah kebencanaan, jalur evakuasi dan kondisi masyarakat. Ketidakmampuan wartawan dalam memahami peta bencana berpotensi mengakibatkan bencana sosial. Para wartawan di Yogyakarta yang menjadi informan penelitian ini menyebutkan bahwa bencana sosial itu justru banyak dipicu oleh media massa. Hal itulah yang menjadi alasan mereka menyebutkan pentingnya jurnalisme sensitif

bencana yang didasarkan pada kehati-hatian mengenai akurasi dan verifikasi informasi secara baik agar tidak terjadi bencana sosial.

Pada pelaksanaan proses peliputan berita, hal yang menjadi pedoman dalam kerja wartawan ada standar operasional prosedur (SOP) yang menjadi acuan kerja. Sayangnya standar yang ada selama ini adalah standar operasional prosedur pada kondisi normal. Berdasarkan penuturan para informan, pada saat erupsi Gunung Merapi tahun 2010, belum ada SOP tentang peliputan bencana. Menurut pengakuan mereka, redaktur di ruang redaksi dan wartawan yang berada di lapangan pada saat itu cenderung untuk melakukan improvisasi pada saat peliputan bencana.

Hal ini semakin pelik ketika informasi bencana harus disiarkan secara langsung dalam format audio-video. Stasiun televisi yang menyiarkan langsung bencana memiliki tantangan terbesar dalam format siaran langsung (*live on camera*) pemberitaan mengenai bencana. Rapat redaksi merupakan aspek penting dalam penentuan kebijakan mengenai bagaimana format siaran langsung ini dilakukan.

Pada sebuah stasiun televisi, rapat redaksi ini dibutuhkan untuk membahas beragam kebutuhan yang berkaitan dengan aspek kebutuhan tayangan, menyangkut isu yang ditampilkan sampai dengan strategi dan penugasan agar akurasi data memiliki aktualitas yang tinggi. Selain itu dapat dikontribusikan pada pemilihan urutan berita yang layak dan perlu disiarkan. Rapat redaksi dihadiri oleh para pelaksana redaksi dan pelaksanaan siaran terkait, yang meliputi pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, produser eksekutif, produser, presenter, pengarah acara, koordinator juru kamera serta koordinator editor. Keputusan yang diambil dalam rapat, selanjutnya akan diteruskan kepada masing-masing unit pelaksana terkait (Indrajaya, 2011: 123).

Terkait relasinya dengan informasi bencana, rapat redaksi harus mempertimbangkan informasi terbaru (*update*) dari lokasi bencana. Hal ini berkaitan dengan keperluan pemberitaan maupun untuk mengetahui kondisi di lokasi bencana agar keselamatan wartawan yang dikirimkan ke lokasi bencana terjaga. Redaksi bertanggung jawab atas keselamatan wartawannya yang diturunkan di lokasi bencana, bagaimanapun juga tidak ada nyawa yang lebih berharga daripada berita.

Di lokasi bencana, wartawan televisi yang berperan penting adalah reporter dan juru kamera. Bersama produser lapangan, mereka menjadi ujung tombak dalam pencarian informasi bencana baik yang disiarkan secara tunda maupun disiarkan secara langsung.

Reporter sangat berperan dalam salah satu tahapan proses produksi, pencarian berita yang dilakukan bersama dengan juru kamera. Kedua belah pihak harus mampu bekerja sama dengan baik agar tujuan dari peliputan dan reportase dapat tercapai secara maksimal. Jika reportase dilakukan tidak secara langsung, maka setelah melakukan peliputan, reporter menulis naskah yang disesuaikan dengan pengambilan gambar yang didapatkan oleh juru kamera agar menjadi *content* beritanya (Indrajaya, 2011: 123). Pada saat inilah kerjasama antar reporter di lapangan dan di studio menjadi penting dan yang paling penting adalah bahwa standar

keselamatan wartawan yang berada di lokasi bencana merupakan prioritas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Hastuti Nur Rochimah dan Fajar Junaedi (2014) berjudul *Peliputan dan Reportase Televisi di Lokasi Bencana : Belajar dari Erupsi Merapi 2010* menemukan bahwa reportase televisi secara langsung dari lokasi bencana memiliki tingkat kesulitan yang tinggi dibandingkan dengan reportase televisi di lokasi lain dan dibandingkan dengan liputan media non televisi. Situasi yang tidak menentu dan ancaman terhadap keselamatan jurnalis televisi menjadi persoalan yang mengemuka dalam reportase langsung televisi.

Berdasarkan dengan temuan penelitian terdahulu, dalam liputan langsung di televisi, kondisi yang disampaikan adalah tentang keadaan di lokasi bencana, hal penting yang ditekankan oleh para wartawan yang langsung terlibat dalam peliputan bencana erupsi Gunung Merapi adalah pentingnya memberikan perspektif optimis kepada korban bencana dan menunjukan rasa empati kepada korban di lokasi bencana yang diwujudkan dalam pengolahan informasi kebencanaan. Berbagai informasi yang diterima dari berbagai sumber berita, baik itu dari lokasi bencana, rilis berita dan media sosial harus diolah agar data yang disajikan valid dan akurat.

Simpulan

Sebagaimana tujuan penelitian ini yang hendak mengetahui pencarian informasi, pengolahan dan pemberitaan bencana, maka penelitian ini menyimpulkan bahwa wartawan yang meliput erupsi Gunung Merapi di tahun 2010 mengakui adanya kelemahan dalam praktek jurnalisme bencana yang terjadi saat itu. Persoalan dan tantangan yang mengemuka berkisar tentang akurasi dan verifikasi informasi bencana serta sumber informasi bencana dan pemahaman tentang peta bencana. Alih-alih pemberitaan bencana memberikan perspektif optimis pada korban bencana, pemberitaan bencana justru menghasilkan kepanikan di masyarakat, bahkan terjadi bencana sosial yang menjadi efek domino dari pemberitaan bencana yang dibingkai dalam jurnalisme air mata. Istilah jurnalisme air mata ini digunakan oleh wartawan di Yogyakarta untuk merujuk praktek jurnalisme yang mengeksploitasi korban bencana.

Demi menjaga manajemen pemberitaan selalu dalam koridor jurnalisme sensitif bencana, maka setiap redaksi media sebaiknya menyusun Standar Operasi Prosedur (SOP) peliputan bencana. SOP ini bisa berbeda – beda setiap media, namun benang merah dari SOP yang disusun adalah harus mengedepankan jurnalisme sensitif bencana dan menjauhi praktek jurnalisme air mata. Prinsip jurnalisme sensitif bencana ini meliputi akurasi informasi, verifikasi informasi dan sumber informasi, pemahaman tentang peta bencana, dan keselamatan wartawan di lokasi bencana.

Daftar Pustaka

Arif, Ahmad. (2010). *Jurnalisme Bencana, Bencana Jurnalisme*. Jakarta: KPG

Arif, Ahmad (2011). *Jurnalisme Bencana : Tugas Suci, Praktik Cemar,* dalam *Budi, Setio* [ed] (2011). *Komunikasi Bencana*. Yogyakarta :Aspikom

Badri, M (2011). *Paradigma Jurnalisme Bencana,* dalam *Budi, Setio* [ed] *Komunikasi Bencana.* Yogyakarta :Aspikom dan Buku Litera

H.B. Sutopo. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press. Hessel Nogi .S T. 2005. Manajemen Publik. Jakarta : PT. Grasindo

Indrajaya, DoddyPermadi. (2011). *Buku Pintar Televisi*, Bogor : Ghazali Indonesia

Junaedi, Fajar dan Filosa Gita Sukmono. (2017). *Jurnalisme Sensitif Bencana, Panduan Peliputan Bencana*. Yogyakarta, Buku Litera

Lestari, Puji; et. all. Environmental Communication Model for Disaster Mitigation of Mount Sinabung Eruption, Karo Regency of North Sumatera, *Journal Information, Volume 19, Number 9 (B) pp 4265-4270, ISSN 1343-4500, eISSN 1344-8994, C2016.* Tokyo: International Information Institute.

Lucida (2011). *Pemimpin Indonesia dalam Penanganan Bencana, Sebuah Refleksi tentang Kesigapan Pemimpin Indonesia Menghadapi Bencana*, *Paradigma Jurnalisme Bencana,* dalam *Budi, Setio* [ed]. *Komunikasi Bencana.* Yogyakarta: Aspikom dan Buku Litera

Neuman, Lawrence (2000). *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches, 4th Edition*. London :Sage

Rochimah, Tri Hastuti Nur dan Junaedi, Fajar (2014). Peliputan dan Reportase Televisi di Lokasi Bencana : Belajar dari Erupsi Merapi 2010, *Jurnal Communication Spectrum, Volume 4 No. 1 Februari – Juli 2014.*

KONSTRUKSI BERITA LAYANAN PUBLIK DALAM PROGRAM "SUMUT DALAM BERITA" TVRI SUMATERA UTARA

Feby Grace Adriany
Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sumatera Utara
Jl. Dr. A. Sofyan No 1, Kampus USU Medan 20155 Telp. 061 8213236
Email : febygrace@gmail.com

Abstract

This research is conducted to determine the construction of public service news in 'Sumut Dalam Berita' program aired on TVRI North Sumatera. With the phenomenological approach, this research used a Theories of Influences on Mass Media Content by Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese. A study conducted an in-depth interview with an internal level of TVRI North Sumatera that is managerial level and the external party who cooperate with TVRI that is North Sumatera Provincial Government. The results showed that : (1) public service news is being a part of the cooperation between TVRI North Sumatera and the Provincial Government. TVRI also receive funds from local budgets for operations activities, (2) each level of the influence of media content starting from individual level to ideological level contributes to public service news production in 'Sumut Dalam Berita.' Sometimes there are overlaps between the ideal and practical concepts experienced by the journalist in delivering public information to the public. The contribution of this research is to give insight to journalists and editors on how to produce news, especially on public services without ignoring news value.

Keyword: *News Construction, Public Broadcasting, Sumut Dalam Berita*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui konstruksi berita layanan publik dalam program Sumut Dalam Berita yang ditayangkan TVRI Sumatera Utara. Penelitian dengan pendekatan fenomenologi ini menggunakan *Theories of Influences on Mass Media Content* yang dikemukakan Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Studi melakukan wawancara mendalam terhadap pihak internal TVRI Sumatera Utara yakni bagian manajerial dan pihak eksternal yakni pihak yang bekerjasama dengan TVRI yaitu Pemerintah Propinsi Sumatera Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) berita layanan publik menjadi bagian dari kerjasama TVRI Sumatera Utara dengan Pemerintah Propinsi Sumatera Utara. Dalam hal ini TVRI Sumatera Utara juga mendapatkan dana APBD untuk membantu operasional penyiaran, (2) setiap tingkatan pengaruh isi media mulai dari level individual hingga ideologi memberikan andil terhadap produksi berita layanan publik dalam 'Sumut Dalam Berita'. Tak jarang terjadi tumpang tindih antara konsep ideal dan praktis dialami jurnalis TVRI Sumatera Utara dalam menghadirkan informasi publik kepada masyarakat. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan wawasan kepada wartawan ataupun redaksi bagaimana seharusnya membuat berita khusunya mengenai layanan publik tanpa mengesampingkan nilai berita.

Kata kunci : Konstruksi Berita, Penyiaran Publik, Sumut Dalam Berita

Pendahuluan

Media massa saat ini memiliki peran yang sangat penting bagi pemenuhan informasi kepada masyarakat. Dari banyaknya pilihan media massa yang ada, media massa televisi nampaknya masih menjadi primadona dengan kekuatan audio visualnya. Stasiun televisi berlomba-lomba merebut hati pemirsanya dengan menciptakan program yang memenuhi kebutuhan pemirsa akan informasi, terutama lewat tayangan berita.

Salah satu pertanyaan penting yang perlu ditelaah lebih jauh adalah informasi seperti apa yang didistribusikan oleh media massa kepada masyarakat. Pada kenyataannya tidak semua informasi yang disebarkan

oleh media massa, termasuk televisi melalui program beritanya, merupakan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Televisi Republik Indonesia (TVRI) merupakan satu-satunya televisi publik di negara ini dan dengan peran ini tentu TVRI memiliki beban dan tanggung jawab yang berbeda dengan televisi lainnya dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

TVRI sebagai televisi publik juga memiliki rangkaian siaran berita yang ditayangkan secara reguler baik secara nasional maupun siaran berjaringan yang dilakukan oleh stasiun-stasiun lokal TVRI di masing-masing propinsi. Program-program berita ini memiliki nama yang berbeda-beda pada setiap propinsi, misalnya 'Sumut Dalam Berita', 'Jambi Dalam Berita' dan 'Warta Bali'. Program berita ini menjadi bagian dari siaran lokal yang keseluruhannya mengudara selama 4 jam dalam sehari mulai pukul 15.00 sampai dengan 19.00 waktu setempat.

Hasil riset yang dilakukan oleh TVRI Sumatera Utara bersama Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara tahun 2013 menyebutkan bahwa program berita harian di TVRI Sumatera Utara yaitu Sumut Dalam Berita (SDB) menjadi tayangan yang paling banyak diketahui dan disukai penonton dari seluruh program acara TVRI Sumatera Utara. SDB ditayangkan selama 60 menit dengan mengangkat berita-berita lokal di Sumatera Utara. Namun bila dibandingkan dengan tayangan yang disiarkan televisi lain pada jam yang sama, posisi SDB masih sangat lemah (Riset Penonton dan Program TVRI Sumatera Utara, 2013).

Program SDB setiap harinya menayangkan 21-28 *item* berita dengan durasi normal masing-masing berkisar 1 menit 30 detik. Terdapat pembagian segmen dalam tayangan SDB berdasarkan jenis dan isi berita, salah satunya adalah segmen Klasifikasi Seremonial yang berisi berita-berita hasil kerjasama TVRI dengan Pemerintah Propinsi Sumatera Utara dan Pemerintah Kota Medan serta berita seremonial lainnya.

Berdasarkan perjanjian kerjasama dengan Pemerintah Propinsi Sumatera Utara, TVRI Sumatera Utara wajib menyediakan slot waktu penyiaran untuk sejumlah program acara, baik program berita maupun non-berita seperti misalnya dialog interaktif, program keagamaan dan lain-lain. Kerjasama ini bernilai Rp. 593.800.000,- untuk tahun 2016.

Terkait kewajiban TVRI khusus untuk tayangan SDB, kru TVRI wajib meliput dan menyiarkan kegiatan harian Pemerintah Propinsi Sumatera Utara yang dilakukan oleh Gubernur Sumatera Utara, Wakil Gubernur Sumatera Utara, Sekretaris Daerah Propinsi Sumatera Utara beserta perangkat Pemerintah Propinsi Sumatera Utara (Dinas, Badan dan SKPD jajaran Pemerintah Propinsi Sumatera Utara), DPRD Propinsi Sumatera Utara dan Dharma Wanita. Jumlah seluruh paket berita yang disepakati adalah 310 tayangan untuk tahun 2016 dengan total anggaran yang diberikan untuk berita harian sebesar Rp. 155.000.000,-. Berdasarkan angka ini, maka untuk setiap berita kegiatan Pemerintah Daerah Propinsi Sumatera Utara yang disiarkan mendapat dana Rp. 500.000,-.

Mayoritas isi berita kerjasama dalam segmen Klasifikasi Seremonial tersebut

bersifat seremonial kegiatan harian Walikota Medan dan Gubernur Sumatera Utara. Mengingat keberadaan TVRI sebagai lembaga penyiaran publik, tentu nilai berita dari sebuah peristiwa yang disiarkan dalam SDB TVRI Sumatera Utara harus berkaitan dengan kepentingan publik Sumatera Utara. Pada prakteknya tidak semua aktivitas harian Kepala Daerah yang disiarkan TVRI memiliki bobot nilai yang sama pentingnya bagi publik dimana idealnya berita-berita tersebut menjadi berita yang sarat dengan kegiatan layanan publik yang dilakukan oleh pemerintah daerah.

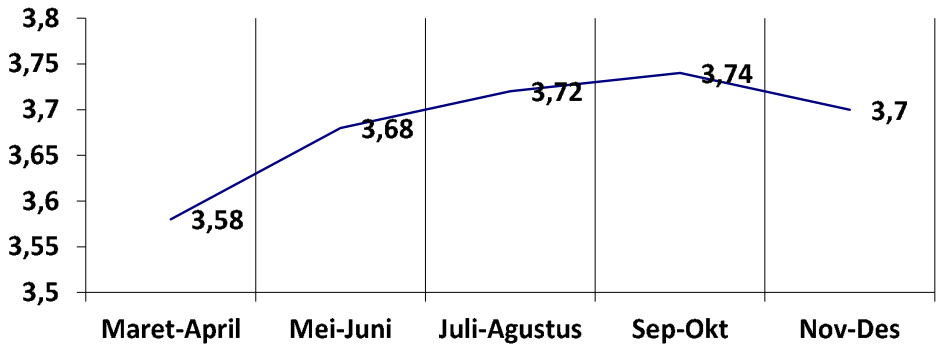
Sebagai lembaga penyiaran publik, seluruh rancangan program TVRI Sumatera Utara serta kandungan isi program acara haruslah berorientasi pada kepentingan khalayaknya untuk mendapatkan informasi *(right to know)* dan hak untuk menyatakan pendapat *(right to express)*. Lembaga model ini mempunyai visi untuk memperbaiki kualitas kehidupan publik, kualitas kehidupan suatu bangsa dan juga kualitas hubungan antarbangsa pada umumnya, serta mempunyai misi untuk menjadi forum diskusi, artikulasi dan pelayanan kebutuhan publik.

Tanggung jawab lembaga penyiaran publik tentu lebih berat karena sifatnya yang independen dari kepentingan negara dan kepentingan komersial, serta pembiayaan yang dibebankan kepada pengguna, dalam hal ini TVRI menggunakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Nasional (APBN) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Terlebih lagi dengan mengacu pada sejumlah kriteria nilai berita yang tepat, maka rancangan isi program SDB pun haruslah mampu menjawab kebutuhan publik Sumatera Utara akan informasi.

Saat ini sejumlah program berita pada beberapa stasiun televisi swasta kerap mendapat tudingan tidak bebas nilai dan berpihak pada kepentingan ekonomi politik kelompok tertentu, lembaga penyiaran publik harus hadir sebagai penyedia informasi alternatif bagi khalayak. Tanggungjawab akan visi tayangan lembaga penyiaran publik yang bersiaran secara lokal ini tentulah harus direncanakan dengan baik dan matang.

Direktur Eksekutif The Independent Television Commission (ITC) Richard Eyre mengatakan *'Free school doesn't work when the kids go and buy Coca-Cola because it's available and they prefer it and they can afford it. So public service broadcasting will soon be dead'* (Weeds, 2013). Artinya lembaga penyiaran publik menghadapi dua tantangan besar jika ingin mencapai tujuannya. Pertama, program siaran yang dirancang haruslah mendekati masyarakat sebagai khalayak, sehingga masyarakat akan memilih menyaksikan tayangan lembaga penyiaran publik daripada tayangan lain. Kedua, mengingat besarnya jumlah masyarakat yang beralih ke media baru (internet) untuk memperoleh informasi dan hiburan, lembaga penyiaran publik haruslah mengikuti tren tersebut jika tak ingin ditinggalkan.

Hasil survei indeks kualitas program siaran televisi yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada November-Desember 2015 untuk siaran berita tanah air secara umum masih menunjukkan angka di bawah standar yang ditetapkan oleh KPI yaitu 4 (www.kpi.go.id).



Gambar 1
Perbandingan Indeks Kualitas Program Berita Tahun 2015
Sumber : www.kpi.go.id

Ruang redaksi sebagai 'otak' dari segala aktivitas jurnalisme tentu memiliki kebijakan untuk mengatasi dan mengantisipasi segala keterbatasan TVRI dalam hal pemberitaan, terutama tarik-menarik berbagai kepentingan yang dapat mempengaruhi kerja jurnalistiknya. Meskipun sebuah karya jurnalistik merupakan karya tim peliputan yang terdiri dari reporter dan juru kamera, namun hasil akhir hingga berita disiarkan harus melalui proses pengolahan yang merupakan kerja kolektif keredaksian. Baik reporter, redaktur, hingga TVRI secara organisasi tentu memberi andil dalam membentuk setiap berita yang akhirnya disiarkan kepada masyarakat.

TVRI sendiri juga memiliki seperangkat kebijakan terkait keberadaannya sebagai lembaga penyiaran publik yang disusun oleh Dewan Pengawas TVRI. Berdasarkan ketentuan isi siaran, pembuatan program siaran baik untuk siaran lokal, nasional, regional maupun siaran internasional, TVRI harus berdasarkan (LPP TVRI, 2012: 20) : 1) pembuatan program siaran wajib memperhatikan aspek-aspek sosial, budaya dan kepublikan dari setiap program acara siaran; 2) pembuatan program siaran wajib memperhatikan faktor sensitivitas terhadap isu SARA dan potensi konflik, sekaligus melindungi dan memajukan hak asasi manusia, kesejahteraan dan kedamaian yang mendasarkan pada kearifan lokal dalam rangka mendorong solidaritas dan memperkuat modal sosial; 3) pembuatan program siaran didasarkan pada hasil riset penonton atau pengguna layanan dan segmentasi program siaran atau layanan; 4) pembuatan program wajib memperhatikan faktor-faktor kompetisi televisi dan/atau teknologi informasi meliputi isi siaran (program content), waktu tayang (program layout), struktur acara (program structure), kemasan acara (program montage), promosi acara (program promotion), kualitas audio-video serta perkembangan teknologi.

Secara lebih khusus, kebijakan TVRI sebagai lembaga penyiaran publik juga mengatur masalah muatan atau isi siaran (LPP TVRI, 2012 : 21) yaitu : 1) mempertimbangkan faktor-faktor budaya, norma, nilai-nilai dan mencerminkan terwujudnya nilai-nilai demokrasi, untuk dapat diambil manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan publik dalam kerangka menciptakan ketahanan budaya; 2) menggunakan etika profesi dan standar mutu tinggi sesuai dengan

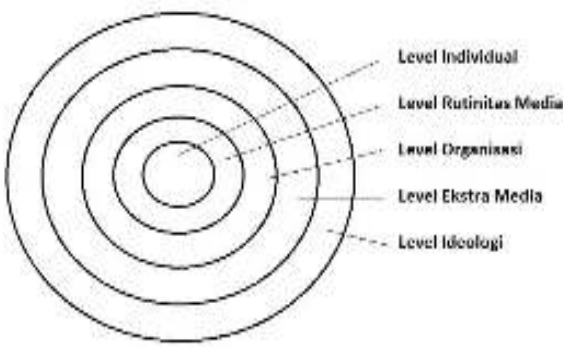
prinsip penyiaran publik; 3) memproduksi dan menyiarkan berita yang aktual dan akurat dengan mengedepankan kebenaran dan menjunjung tinggi objektivitas; 4) mencerminkan eksplorasi dan keberagaman budaya lokal sebagai bagian dari kekayaan kebudayaan nasional; 5) memberikan ruang dan kesempatan yang sama kepada seluruh lapisan dan golongan masyarakat, termasuk kelompok masyarakat di daerah tertinggal (terisolir); 6) menyediakan akses penyiaran secara interaktif bagi publik termasuk mengembangkan *citizen journalism*; 7) mengembangkan siaran-siaran pendidikan, seni dan budaya, olahraga serta siaran khusus berdasarkan segmen-segmen pemirsa seperti anak-anak, remaja dan manula serta perempuan terkait dengan pengarusutamaan gender; 8) mewujudkan rasa optimisme dan cinta tanah air serta meningkatkan citra positif bangsa Indonesia di tingkat internasional.

Dapat dikatakan TVRI Sumatera Utara berada pada posisi dilematis dalam melakukan penyiaran berita layanan publik ini. Satu sisi, TVRI Sumatera Utara harus menjaga independensinya dalam memberitakan sebuah peristiwa berdasarkan nilai berita yang sesuai, namun di sisi lain kerjasama dengan pemerintah daerah ini seakan mengikat TVRI Sumatera Utara untuk menyiarkan aktivitas harian kepala daerah atas dasar kompensasi dana yang dibayarkan pemerintah daerah. Penelitian ini mencoba melihat bagaimana redaksi Sumut Dalam Berita melakukan konstruksi berita layanan publik dilihat dari 5 tingkatan pengaruh isi media oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese.

Pada bukunya *The Message : Theories of Influences on Mass media Content (1996)* disebutkan terdapat sejumlah tingkatan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan di ruang redaksi dalam menentukan isi media, yaitu level individual, level rutinitas media, level organisasi, level ekstramedia dan level ideologi (Shoemaker & Reese, 1996: 60).

Pada level individual pekerja media terdapat sejumlah hal yang setidaknya dapat mempengaruhi isi media, yaitu : 1) karakteristik, latar belakang personal dan pengalaman komunikator; 2) latar belakang profesi dan pengalaman komunikator; 3) aturan dan etika profesional komunikator; 4) sikap, nilai, kepercayaan (agama) komunikator; 5) kekuatan komunikator dalam organisasi media; dan 6) efek dari karakteristik latar belakang, pengalaman, sikap, nilai, agama, aturan, etika dan kekuasaan komunikator dalam isi media (Shoemaker & Reese, 1996: 72).

Sementara pada tingkatan rutinitas media, ada tiga sumber utama rutinitas yang menjadi semacam paksaan bagi media dalam menyusun kontennya. Pertama, orientasi kepada audiens media misalnya dalam



Gambar 2
Theories of Influences on Mass Media Content
Sumber : Shoemaker & Reese, 1996.

hal nilai berita yang disusun berdasarkan peristiwa mana yang paling menarik perhatian audiens. Kedua, organisasi media sebagai pemroses informasi (prosesor). Dalam redaksi telah terbangun sistem kerja yang menjadi standar dan dipahami oleh semua anggota misalnya sistem tenggat waktu *(deadline)* dan sistem pengkategorian berita. Ketiga, sumber informasi eksternal yang biasanya memberikan informasi kepada media baik dalam bentuk wawancara, laporan perusahaan dan data-data lain. Media cukup bergantung pada narasumber-narasumber semacam ini terutama untuk peristiwa-peristiwa penting (Shoemaker & Reese, 1996: 105-123).

Tingkatan ketiga adalah pengaruh yang diberikan oleh organisasi media misalnya struktur organisasi media bahkan hingga tingkat kepemilikan media. Kepemilikan pun akan berimbas pada orientasi media dimana sebagian media ingin menghasilkan keuntungan namun sebagian lainnya ingin menghasilkan karya berkualitas, mendapatkan pengakuan secara profesional atau melayani kebutuhan publik.

Tingkatan keempat adalah faktor-faktor di luar media yang mempengaruhi konten media massa. Faktor-faktor tersebut antara lain sumber informasi atau narasumber media seperti misalnya kelompok-kelompok kepentingan khusus dan kampanye humas. Selain itu, sumber pemasukan finansial media massa juga memberi pengaruh seperti pengiklan, audiens, institusi bisnis, pemerintah, lingkungan ekonomi dan teknologi (Shoemaker & Reese, 1996 : 172).

Tingkatan kelima adalah level ideologi. Pada level ini akan timbul pertanyaan kepentingan siapa yang terkait dengan rutinitas dan kerja media massa, kekuasaan dalam masyarakat dan bagaimana kekuasaan tersebut berperan dalam media massa (Shoemaker & Reese, 1996: 215).

Pada lembaga penyiaran publik, konstruksi ini menjadi sangat penting mengingat informasi yang disampaikan TVRI melalui tayangan berita idealnya menjadi rujukan kebenaran bagi publik Sumatera Utara. Keberadaan TVRI sebagai televisi publik pun tak dapat dibandingkan dengan televisi swasta mengingat peran dan tanggungjawab yang berbeda.

McQuail (2010: 178) mendefinisikan lembaga penyiaran publik mengacu pada sistem penyiaran yang didirikan berdasarkan hukum dan biasanya didanai oleh publik, memberikan keleluasaan pada operasional dan keredaksiannya namun harus melayani kebutuhan publik. Penyiaran publik hadir sebagai alternatif untuk memecahkan persoalan dikotomi antara negara dan modal.

Pada dasarnya tidak ada teori yang berlaku umum terkait penyiaran publik. Setidaknya tujuan penyiaran publik selalu dikaitkan dengan kepentingan publik (McQuail, 2010) antara lain : 1) *universality of geographic coverage,* artinya jangkauan siaran dapat diterima publik dalam wilayah geografi yang luas; 2) *diversity in providing for all main tastes, interests and needs as well as matching the full range of opinions and benefits,* artinya konten siaran memiliki keberagaman yang dapat memenuhi banyak kepentingan, tidak hanya menyediakan informasi bagi segelintir pihak saja; 3) *providing for special minorities,*

artinya memberikan perhatian yang cukup pada kepentingan kelompok minoritas dalam masyarakat; 4) *having concern for the national culture, language and identity,* artinya penyiaran mengutamakan kebudayaan nasional, bahasa dan identitas nasional; 5) *serving the needs of the political system,* artinya konten siaran diharapkan mampu memenuhi dan menunjang sistem politik yang berlaku; 6) *providing balanced and impartial information on issues of conflict,* artinya prinsip netralitas diutamakan, seimbang dan tidak memihak dalam menyoroti isu dan konflik; 7) *having a specific concern for 'quality' as defined in different ways,* artinya kualitas menjadi perhatian utama dalam penyajian isi siaran; 8) *putting public interest before financial objectives,* artinya kepentingan publik di-utamakan di atas kebutuhan finansial.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, penelitian ini bertujuan menge-tahui konstruksi berita layanan publik dalam program Sumut Dalam Berita yang di-tayangkan TVRI Sumatera Utara.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan perspektif fenomenologi. Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran 'keyakinan' individu yang bersangkutan. Dengan demikian dalam mempelajari dan memahaminya, haruslah berdasarkan sudut pandang, paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung.

Subjek penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu informan utama dan informan tambahan. Informan utama adalah pihak yang membuat kebijakan di dalam TVRI Sumatera Utara khususnya dalam redaksi pemberitaan Sumut Dalam Berita yaitu : Kepala Stasiun TVRI Sumatera Utara, Kepala Bidang Pemberitaan TVRI Sumatera Utara dan Kepala Seksi Produksi Berita TVRI Sumatera Utara. Sedangkan informan tambahan berasal dari pihak eksternal TVRI Sumatera Utara yang menjalin kerjasama dengan TVRI yaitu Pemerintah Propinsi Sumatera Utara dalam hal ini diwakili oleh pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Propinsi Sumatera Utara.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam *(indepth interview),* observasi partisipan *(participant observer),* serta metode bahan visual. Tahapan analisis data induktif dilakukan dengan cara : 1) melakukan pengamatan terhadap fenomena sosial, melakukan identifikasi, revisi-revisi dan pengecekan ulang terhadap data yang ada; 2) melakukan kategorisasi terhadap informasi yang diperoleh; 3) menelusuri dan menjelaskan kategorisasi; 4) menjelaskan hubungan-hubungan kategorisasi; 5) menarik kesimpulan umum; dan 6) membangun atau menjelaskan teori.

Pengujian keabsahan hasil penelitian dilakukan dengan cara triangulasi data (Moleong, 2006: 330). Penelitian ini menggunakan dua langkah triangulasi sekaligus yakni triangulasi metode dan sumber data. Triangulasi pertama adalah triangulasi metode melalui pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian

beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam dan observasi. Sedangkan triangulasi kedua adalah triangulasi sumber yang membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Merujuk pada lima tingkatan pengaruh yang berpotensi menentukan isi media massa dalam hal ini Sumut Dalam Berita versi Shoemaker dan Reese, maka terkait level yang paling dalam yaitu faktor individual, informan sepakat bahwa latar belakang pendidikan dan pengalaman individu reporter sangat menentukan pemilihan isu serta gaya jurnalistik yang ditampilkan, bahkan tak jarang aspek agama ataupun kepercayaan yang dianut menentukan bagaimana pemilihan isu yang diliputnya.

Karakteristik ini menarik bila dikaitkan dengan cara perekrutan pegawai TVRI Sumatera Utara dimana sebagian besar adalah Pegawai Negeri Sipil yang sudah bekerja puluhan tahun di TVRI. Pada saat itu, tingkat pendidikan tinggi tidak menjadi syarat utama dalam mencari pekerja, sehingga cukup banyak pegawai TVRI yang direkrut dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas, sebagian melanjutkan pendidikan tingginya sambil bekerja. Terlebih lagi dalam redaksi pemberitaan, tidak ada persyaratan mutlak yang mengharuskan para jurnalisnya merupakan lulusan sekolah jurnalistik atau komunikasi massa. TVRI memberikan pedidikan dan pelatihan kepada pekerjanya sesuai dengan tangungjawab pekerjaannya.

Footlick (dalam Shoemaker & Reese, 1996: 72) mengatakan bahwa jurnalis yang baik harus 'sedikit tahu tentang banyak hal' artinya jurnalis dituntut untuk menguasai banyak pokok bahasan mulai dari kebijakan asing, politik, sejarah, ekonomi dan lain-lain. Ini merupakan kualitas fundamental yang diberikan institusi pendidikan tinggi khususnya komunikasi massa. Tak heran banyak perusahaan media massa yang memaksa para jurnalisnya untuk mengambil kelas lanjutan mengenai subjek-subjek tertentu. Shoemaker melalui penelitiannya menemukan bahwa pendidikan dasar komunikasi massa dirancang untuk mempersiapkan jurnalis menjadi *insiders* dan *oursiders* yang kritis terhadap berbagai institusi sosial termasuk juga media massa. Pada akhirnya pendidikan menentukan bagaimana cara seorang reporter memandang dunia dan menggali kedalamannya.

Sementara itu karakteristik kepercayaan yang dianut reporter setidaknya menunjukkan bias dalam penulisan berita. Shoemaker & Reese (1996: 254) mengatakan bahwa orang-orang yang memiliki kesamaan dengan jurnalis akan ditampilkan secara berbeda dengan orang-orang yang tidak memiliki kesamaan. Hal ini merujuk pada karakteristik demografis reporter seperti misalnya jenis kelamin, etnis, orientasi seksual dan lain-lain. Reporter perempuan akan menghasilkan tulisan yang berbeda mengenai isu perempuan bila dibandingkan dengan reporter pria, begitupun dengan karakteristik lain yang mempengaruhi bagaimana sebuah isu dibingkai.

Terkait dengan hal ini, TVRI Sumatera Utara memiliki reporter dan juru kamera khusus untuk melakukan peliputan kegiatan

pemerintah daerah. Setiap harinya tim peliputan ini akan mengikuti agenda kegiatan harian kepala daerah dan menulis hasil liputannya untuk ditayangkan. Reporter tersebut diberi kebebasan untuk menentukan sendiri sudut pandang beritanya tanpa perlu diarahkan oleh editor yang bertugas pada hari itu. Mayoritas berita yang dihasilkan adalah gambaran umum acara yang diikuti oleh kepala daerah tersebut, menulis ulang rilis yang dibagikan saat acara atau menulis sebagian kutipan hasil wawancara sebagai naskah. Peneliti menemukan bahwa tidak ada eksplorasi mendalam terhadap permasalahan layanan publik yang diangkat menjadi berita atau bahkan lebih jauh mengkritisi dan memanfaatkan momen kepala daerah tersebut menjawab secara jelas permasalahan layanan publik yang ada di Sumatera Utara.

Undang-undang No 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pelayanan publik diselenggarakan oleh institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. Banyak bidang layanan publik yang seharusnya dapat digali oleh jurnalis TVRI Sumatera Utara sehingga hasil liputannya menjawab beragam permasalahan layanan publik yang dihadapi masyarakat Sumatera Utara.

Jurnalis TVRI Sumatera Utara dalam hal ini kurang menunjukkan pengetahuan dan kompetensinya sebagai jurnalis sehingga dapat menghasilkan konten berita yang berkualitas dan mendalam. Hal ini diduga erat berkaitan dengan tingkat pendidikan jurnalis itu sendiri. Di satu sisi, permasalahan tingkat pendidikan memang tidak menjadi masalah mengingat belum ada peraturan resmi yang mengharuskan jurnalis berpendidikan minimal Strata 1.

Pada Peraturan Dewan Pers No.1/ Peraturan–DP/II/2010 tentang Standar Kompetensi Wartawan, dituliskan bahwa kompetensi wartawan pertama-tama berkaitan dengan kemampuan intelektual dan pengetahuan umum. Kompetesi wartawan yang dimaksud adalah kemampuan memahami etika dan hukum pers, konsepsi berita, penyusunan dan penyuntingan berita serta bahasa. Hal yang terakhir juga menyangkut kemahiran melakukannya, seperti juga kemampuan yang bersifat teknis sebagai wartawan profesional, yaitu mencari, memperoleh, menyimpan, memiliki, mengolah serta membuat dan menyiarkan berita. Berdasarkan hal tersebutlah maka para jurnalis atau wartawan diwajibkan mengikuti ujian kompetensi yang dilakukan oleh lembaga yang telah diverifikasi Dewan Pers, yaitu perusahaan pers, organisasi wartawan, perguruan tinggi atau lembaga pendidikan jurnalistik.

Sementara itu terkait tingkatan berikutnya yaitu level rutinitas media, seluruh informan

utama menyatakan bahwa faktor rutinitas memberi pengaruh cukup besar terhadap isi siaran SDB. Rutinitas yang sudah terbentuk bertahun-tahun dengan pekerja yang sebagian besar merupakan pekerja lama, membentuk sebuah sistem yang diterima oleh seluruh anggota redaksi. Sistem inilah yang membuat aktivitas di dalam redaksi berjalan otomatis setiap harinya. Pihak manajemen redaksi tidak perlu melakukan arahan yang detail ataupun pengawasan yang ketat karena reporter, kameramen, *desk editor* dan anggota redaksi lainnya dianggap sudah memahami apa pekerjaan pokoknya. Aspek kebenaran dan ketepatan dalam melakukan pekerjaan bukan lagi menjadi yang utama, melainkan melanjutkan apa yang sudah terlebih dahulu ada.

Upaya-upaya perubahan yang ingin dilakukan oleh manajemen yang baru ditempatkan di redaksi SDB terbentur pada keengganan anggota redaksi untuk berubah. Peneliti juga menemukan sejumlah kebiasaan yang telah menjadi rutinitas di dalam redaksi antara lain adalah menerima uang dari narasumber berita, adanya narasumber langganan dan gaya penulisan naskah yang sama. Gaya penulisan naskah berita hasil kerjasama dengan pemerintah daerah ini juga cenderung sama dari waktu ke waktu, lebih menyerupai laporan kegiatan harian kepala daerah daripada sebuah pemaparan isu dan kedalaman data terkait layanan publik masyarakat Sumatera Utara. Tak heran masih cukup banyak masyarakat yang menyaksikan tayangan SDB masih berpersepsi bahwa TVRI merupakan televisi pemerintah karena melaporkan aktivitas harian kepala daerah.

Shoemaker & Reese (1996: 225) mengatakan bahwa semakin lama seorang jurnalis bekerja pada suatu institusi media mana mereka akan semakin terbiasa dengan kebijakan-kebijakan organisasi baik tertulis ataupun tidak tertulis. Pekerja media belajar dari melihat orang lain, dari tanggapan yang diberikan para senior dan dari bagaimana cara menyelesaikan suatu pekerjaan. Semakin seorang pekerja media bisa menyesuaikan dirinya dengan rutinitas yang ada di organisasinya, maka mereka akan semakin pantas dijadikan rekan kerja yang sepadan.

Terkait dengan berita kerjasama dengan Pemerintah Propinsi Sumatera Utara, tidak ada agenda media khusus atau *agenda setting* yang diberikan oleh redaksi SDB setiap harinya, melainkan diserahkan pada reporter yang bertugas di lapangan. Salah satu informan bahkan secara rinci menjelaskan akibat adanya perjanjian kerjasama ini terkadang reporter yang bertugas mengesampingkan nilai berita dari aktivitas kepala daerah yang diliput. Seringkali nilai berita dari aktivitas kepala daerah tidak terlalu menonjol namun tetap diliput dan disiarkan.

Walaupun pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Propinsi Sumatera Utara sebagai perwakilan Pemerintah Propinsi Sumatera Utara dalam perjanjian kerja sama menyatakan tidak melakukan intervensi kepada reporter TVRI atas isi peliputannya, namun TVRI tetap tidak dapat melepaskan diri dari perjanjian kerjasama tersebut. Artinya, sepanjang TVRI masih tergantung pada pendanaan dari pemerintah yang

diberikan lewat perjanjian kerjasama penyiaran, isi berita Sumut Dalam Berita tetap akan terpengaruh.

Eva Karin Olsson (2009) dalam penelitiannya membandingkan redaksi tradisional dan redaksi digital. Ia menemukan bahwa redaksi pemberitaan yang telah memiliki rutinitas kerja dan berjalan otomatis di satu sisi akan lebih siap dalam menghadapi berbagai situasi yang harus diliput termasuk situasi krisis sekalipun. Para reporter dan juru kamera sudah berpengalaman dalam menghadapi kasus-kasus peliputan dimana kasus serupa sudah pernah terjadi sebelumnya, sehingga mereka memiliki model dalam pengambilan keputusan. Hal inilah yang menjadi prosedur standar yang berlaku di dalam redaksi, semakin anggota redaksi mengikuti rutinitas di dalam redaksi, semakin mereka bisa memenuhi apa yang diharapkan oleh tujuan redaksi.

Pada tingkatan berikutnya yaitu level organisasi, seluruh informan utama menyatakan bahwa isi Sumut Dalam Berita tidak diintervensi oleh pihak manapun dari dalam organisasi TVRI Sumatera Utara maupun TVRI secara nasional. Level manajerial termasuk Kepala Stasiun sendiri tidak dibenarkan untuk ikut mempengaruhi isi berita. Hal ini juga bisa dikaitkan dengan bentuk struktur organisasi di TVRI Sumatera Utara terutama redaksi Sumut Dalam Berita yang memiliki beberapa lapisan. Garis hubungan dalam struktur ini berlaku tegas dimana jalur komunikasi dari Kepala Stasiun dilakukan kepada Kepala Bidang dan Kepala Bidang melakukan komunikasi kepada Kepala Seksi. Tidak banyak forum-forum komunikasi yang membuka ruang secara resmi bagi para reporter dan juru kamera sebagai lapisan terbawah untuk bisa berkomunikasi secara langsung dan intensif dengan puncak pimpinan.

Shoemaker dan Reese (1996: 256) mengungkapkan bahwa semakin banyak lapisan dalam birokrasi antara reporter dan level manajerial maka pihak manajerial akan semakin tidak sensitif terhadap kebutuhan profesional para pekerja di bawahnya. Artinya kondisi ini memungkinkan pihak manajerial kurang mengetahui secara pasti dan rinci permasalahan dan kondisi teknis pekerja di bawahnya. Padahal bila kebutuhan-kebutuhan individual pada pekerja terpenuhi dengan baik, akan mempengaruhi kualitas kerja secara individual.

Perihal melakukan peliputan dan penulisan berita terutama berita layanan publik oleh pemerintah daerah, jurnalis TVRI Sumatera Utara yang ditugaskan secara sadar sudah mengetahui tugas dan tanggungjawabnya walaupun tanpa perlu diberikan arahan secara terus menerus oleh pihak redaksi, Kepala Seksi, Kepala Bidang atau bahkan Kepala Stasiun. Rutinitas yang sudah berjalan bertahun-tahun membuat mereka sudah tahu bagaimana kemasan berita yang lazimnya disusun untuk disiarkan. Sesuai jumlahnya, maka hasil rekam siar berita layanan publik tersebut akan diberikan kepada pihak pemerintah daerah sebagai bukti dokumentasi.

Tekanan justru datang dari sisi keuangan organisasi yang ternyata mempengaruhi jalannya aktivitas jurnalistik di redaksi Sumut Dalam Berita. Anggaran yang sudah dirancang sejak awal tahun memuat angka yang sudah pasti terkait jumlah berita yang akan

disiarkan selama satu tahun. Pada prakteknya, keterbatasan anggaran yang berasal dari dana APBN dan non-APBN ini benar-benar dirasakan pada triwulan terakhir dalam setahun. Pihak manajemen redaksi selalu melakukan sejumlah upaya untuk tetap memenuhi durasi siaran SDB walaupun anggaran tidak mencukupi, misalnya menyiarkan berita ringan yang bersifat *timeless* sehingga dapat diputar berulang-ulang ataupun menyiarkan berita dari stasiun daerah lainnya yang masih berada di Sumatera. Melalui cara ini maka pengeluaran yang seharusnya dibayarkan untuk honor reporter atau kontributor bisa ditekan.

Sumber pemasukan TVRI di tiap daerah untuk non APBN dikelola oleh Seksi Pengembangan Usaha melalui 2 jenis sumber usaha, yaitu Jasa Siaran dan Non Jasa Siaran. Sumber usaha yang merupakan jasa siaran dilakukan dalam bentuk kerjasama siaran iklan dan kerjasama program. Iklan yang masuk ke TVRI bisa berupa iklan komersil maupun iklan layanan masyarakat, yang diterima dengan ketentuan-ketentuan yang disepakati bersama. Sedangkan untuk Non Jasa Siaran, dilakukan dengan beberapa cara, misalnya penyewaan *tower* pemancar, penyewaan studio, dan penyewaan ruang kerja. Berkaca pada keterbatasan anggaran inilah, maka bentuk kerjasama siaran dengan pemerintah daerah sangat berarti bagi kelancaran operasional TVRI Sumatera Utara.

Kondisi ini jugalah yang menjadi pemicu bagi reporter dan kameramen SDB kerap menerima uang peliputan dari narasumber yang telah mereka liput. Shoemaker dan Reese (1996: 257) mengatakan bahwa bila sebuah organisasi mengalami kondisi ekonomi yang sulit, kebutuhan untuk menghasilkan keuntungan akan lebih unggul bila dibandingkan dengan pertimbangan secara profesional. Tak heran bila kualitas berita layanan publik yang dihasilkan oleh redaksi SDB tidak menjadi fokus utama melainkan memenuhi perjanjian kerjasama untuk melakukan peliputan sesuai jumlah yang sudah ditetapkan.

Terkait dengan level ekstramedia, walaupun secara aturan pihak di luar TVRI tidak dapat mempengaruhi isi Sumut Dalam Berita, namun sesekali masih ada sejumlah pihak eksternal yang belum memahami bahwa TVRI bukan lagi televisi pemerintah. Tak jarang beberapa pihak memposisikan TVRI memiliki kewajiban meliput kegiatan-kegiatan pemerintahan.

Perjanjian kerjasama antara TVRI Sumatera Utara dengan Pemerintah Kota Medan dan Pemerintah Propinsi Sumatera Utara juga bisa dikaitkan dengan kepentingan ekstramedia terhadap isi berita. Shoemaker & Reese (1996: 259) menyatakan bahwa walaupun sumber-sumber berita resmi media akan mendominasi isi berita, namun presentasinya akan lebih banyak ditampilkan dari sisi isu daripada peristiwanya. Bertolak belakang dengan yang terjadi di TVRI Sumatera Utara dimana peliputan aktivitas kepala daerah lebih dominan daripada isu publik yang sedang hangat di tataran lokal. Hal ini tentu saja berkaitan dengan aspek perjanjian kerjasama tersebut yang telah ditetapkan jumlahnya.

SDB sebagai bagian dari tayangan TVRI Sumatera Utara sebagai televisi

publik diharapkan menjadi ruang publik (*public sphere*) bagi publik Sumatera Utara. Pada dasarnya *public sphere* merefleksikan bahwa media massa benar-benar menjadi *a social institution* yang mampu memfasilitasi pembentukan opini dengan menjadi wadah independen untuk perdebatan publik, dimana media tidak terkontrol oleh negara dan pasar (*capital owner).*

Konsep ini berasal dari pemikiran Jurgen Habermas tahun 1962. Ia memunculkan apa yang disebutnya sebagai *'institutional criteria'* yang dimaksudkan untuk memperjelas konsep ruang publik (Nasrullah, 2012: 35-36). Kriteria yang pertama adalah pengabaian terhadap status *(disregard of status)* atau lebih tepatnya menjauhi diskusi kritis tentang status. Ruang publik tidak memperkarakan keinginan persamaan status dengan otoritas yang berkuasa, tetapi adanya kesempatan yang sama dalam mengungkapkan atau mengkritisi sebuah realitas. Kriteria kedua adalah fokus pada *domain of common concern*. Realitas historis menunjukkan bahwa beberapa domain hanya dikuasai penafsirannya oleh otoritas yang berkuasa dan atau oleh kalangan gereja. Padahal domain tersebut bisa dibincangkan dengan melibatkan publik secara lebih luas. Kriteria terakhir adalah inklusif *(inclusivity).* Betapa pun ekslusifnya publik dalam kasus tertentu akan tetapi dalam ruang publik ia menjadi bagian dari kelompok kecil tersebut. Ide-ide yang muncul dari perdebatan khusus mereka pada dasarnya bukan menjadi milik mutlak anggota ruang publik, melainkan ketika disebarkan melalui media maka publik dapat pula mengaksesnya.

Level terluar yang dapat menentukan isi berita adalah faktor ideologi. Seluruh informan utama merujuk pada regulasi yang mengatur aktivitas penyiaran dan jurnalistik sebagai pedoman, yaitu Undang-Undang No 32 Tahun 2002 dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Kebijakan yang sama juga berlaku pada redaksi Sumut Dalam Berita yang mengadopsi P3SPS yang mengatur secara resmi standar siaran yang berkaitan dengan nilai-nilai kesukuan, agama, ras dan antar golongan; nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan; etika profesi; kepentingan publik; layanan publik; hak privasi; perlindungan kepada anak; muatan seksual; muatan kekerasan; muatan mistik dan supranatural; prinsip-prinsip jurnalistik; sensor dan lain-lain.

Meskipun secara sadar jurnalis TVRI Sumatera Utara memahami bahwa regulasi dalam penyiaran menjadi pedoman utama dalam menyusun isi siaran SDB, namun konsep ideal tersebut tak mudah dijalankan secara profesional.

Simpulan

Berita layanan publik merupakan bagian dari kerjasama TVRI Sumatera Utara dengan Pemerintah Propinsi Sumatera Utara dimana TVRI wajib menyiarkan aktivitas kerja pemerintah daerah dengan kompensasi tertentu yang dibayarkan pertahun. Kerjasama ini merupakan bentuk komitmen TVRI sebagai lembaga penyiaran publik untuk menyiarkan hasil-hasil pembangunan, menjadi penyeimbang dan evaluasi jujur kinerja pemerintah sekaligus membantu TVRI dari aspek pendanaan. Pengolahan naskah dan gambar menjadi kunci utama agar kegiatan

yang mayoritas adalah seremonial tersebut bisa menarik dan mengena pada kebutuhan khalayak akan informasi kepublikan. Namun dalam prakteknya, hasil berita layanan publik yang ditayangkan masih terasa 'kering' dan terkesan hanya melaporkan kegiatan kepala daerah, tidak ada eksplorasi mendalam akan permasalahan layanan publik serta belum memanfaatkan kesempatan bertemu langsung dengan pemerintah daerah untuk menjawab permasalahan-permasalahan layanan publik yang dibutuhkan masyarakat.

Sejumlah hal dapat dilihat sebagai faktor yang mempengaruhi isi berita yang disusun oleh redaksi Sumut Dalam Berita (SDB), mulai dari level individual hingga level ideologi. Masih ditemukan beberapa kelemahan yang membuat redaksi SDB belum dapat maksimal dalam menjalankan aktivitas jurnalistiknya sesuai regulasi yang berlaku. Selain kompetensi para jurnalisnya secara individual, redaksi SDB memiliki rutinitas kerja yang sudah berlangsung bertahun-tahun dan membentuk kebiasaan dalam gaya jurnalistik seperti dalam hal penentuan nilai berita dan pemilihan narasumber. Nilai berita acapkali dikesampingkan hanya untuk memenuhi jumlah berita yang disepakati bersama pemerintah daerah.

Keterbatasan anggaran menjadi faktor internal organisasi TVRI Sumatera Utara yang cukup menentukan isi siaran SDB. Redaksi dan jurnalis TVRI Sumatera Utara melakukan sejumlah upaya untuk menutupi kekurangan anggaran dengan cara-cara yang bahkan sangat mungkin mempengaruhi independensi jurnalistik. Hal ini jugalah yang membuat dana dari pemerintah daerah melalui kerjasama siaran menjadi penting bagi operasional TVRI Sumatera Utara.

Merujuk pada lima tingkatan pengaruh isi media Shoemaker dan Reese, jurnalis TVRI Sumatera Utara pada dasarnya memiliki pengetahuan akan konsep ideal dalam menjalankan aktivitas jurnalistiknya namun dalam pelaksanaannya terjadi tumpang tindih antara idealisme dan aspek praktis. Faktor-faktor inilah yang membentuk isi tayangan SDB setiap harinya.

Sebagai implementasi penelitian ini, dapat dilakukan pembenahan dalam redaksi Sumut Dalam Berita dalam hal sistem kerja dan kualitas sumber daya manusia, terutama penyegaran kembali pemahaman akan konsep penyiaran publik yang bertujuan melayani publik Sumatera Utara dengan informasi-informasi berkualitas. Sebagai saran bagi penelitian selanjutnya menarik bila dilakukan kajian lebih jauh mengenai proses internalisasi rutinitas dan budaya organisasi media pada anggota redaksi pemberitaan.

Daftar Pustaka

Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia. (2012). *Transformasi TVRI – Kebijakan LPP TVRI Tahun 2011-2016.* Jakarta : TVRI

Moleong, L. J. (2006) *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi).* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory 6thEdition.* London: SAGE Publications Ltd

Nasrullah, R. (2012). Internet dan Ruang Publik Virtual : Sebuah Refleksi atas Teori Ruang Publik Habermas dalam *Jurnal Komunikator Vol 4, No 1 Tahun 2012.* 26-35

Olsson, E. (2009). Media Crisis Management in Traditional and Digital Newsrooms. *Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologies Vol 15(4): 446-461*

Peraturan Dewan Pers Nomor 1/Peraturan-DP/II/2010 Tentang Standar Kompetensi Wartawan

Riset Penonton dan Program TVRI Sumatera Utara 2013 oleh Tim Peneliti Departemen Ilmu Komunikasi USU

Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message : Theories of Influences on Mass Media Content.* New York: Longman Publishers

Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode November-Desember 2015. Diakses 17 Februari 2016 dari http://kpi.go.id/download/ Pengumuman/ Handout-hasil-survei-indeks-kualitas-program-siaran-televisi-November-December-2015.pdf

Undang-undang No 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

Undang-undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

United Nations Development Programs Bureau for Development Policy. (2004). *Public Service Broadcasting.* Paper for Supporting Public Service Broadcasting, Learning from Bosnia and Herzegovina's Experience

Weeds, H. (2013). Digitalisation, Programme Quality and Public Service Broadcasting. *Is There Still a Place for Public Service Television: Effects of the Changing Economics of Broadcasting.* Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford

PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA DALAM BINGKAI JEJARING SOSIAL DI MEDIA SOSIAL

Loina Lalolo Krina Perangin-angin[1] dan Munawaroh Zainal[2]
Universitas Swiss German
Jl. Jalur Sutera Barat No.15, The Prominence Tower, Alam Sutera, Tangerang 15143
Telp. (021) 29779597
Email : loina.peranginangin@sgu.ac.id[1] , munawaroh.zainal@sgu.ac.id[2]

Abstract

The purpose of this research to identify the social networking of early voters in the social media and its influence toward political participation. Using qualitative approach, the data is primarily collected through focus group discussion and in-depth interview with 63 college students chosen purposively in 3 big cities; Bandung, Jakarta, and Surabaya. Research results show that social media is massively used by the early voters for interacting and communicating because it needs no physical preparation and revelation of their original personality. The network is easily accessed, both on campus and at home, which sustains higher intensity in using social media. While networking socially, the early voters only interact and communicate with old acquaints, thus the networking does not aim for developing a new network. Their participation in politics is considered low, have less understanding about politics, and have not participated yet, both online and offline. Social media has become their primary source of political news and information for discussing with family and peers face-to-face. Discussion result becomes a consideration for their political decision making. The contribution of this research is to give perspectives on political participation of novice voters in social media in order to motivate social media users to become politically literate.

Keywords*: political participation, early voters, social networking, social media*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi jaringan sosial para pemilih pemula di dalam media sosial serta pengaruhnya pada partisipasi politik. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, data penelitian dikumpulkan melalui diskusi terarah dan wawancara mendalam kepada 63 orang mahasiswa yang terpilih secara purposif di 3 kota besar; Bandung, Surabaya, dan Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan media sosial telah digunakan secara massif oleh para pemilih pemula karena melalui media sosial mereka dapat berinteraksi dan berkomunikasi tanpa memerlukan persiapan fisik maupun keharusan untuk memperlihatkan atribut kepribadian secara terbuka. Jaringan Internet dapat diakses dengan mudah, baik di kampus maupun di rumah, sehingga intensitas menggunakan media sosial menjadi sangat tinggi. Didalam berjejaring, interaksi dan komunikasi hanya dilakukan dengan orang-orang yang telah dikenal sebelumnya sehingga berjejaring tidak bertujuan untuk membuat jaringan baru, tetapi memperkuat jejaring lama dalam dunia nyata. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan wawasan mengenai partisipasi politik pemilih pemula di media sosial dengan harapan bisa memotivasi agar pengguna media social juga berusaha untuk bisa melek politik.

Kata kunci : partisipasi politik, pemilih pemula, jaringan sosial, media sosial

Pendahuluan

Banyak negara saat ini mengalami partisipasi pemilih pemula dalam politik sangat rendah dibandingkan dengan generasi yang lebih tua. Pada kasus yang ada di Indonesia, misalnya, Sodikin, et.al. (2013) mencatat jumlah *non-voter* (biasa disebut golongan putih atau golput) yang terutama didominasi oleh kaum muda, terus meningkat dari pemilu ke pemilu berikutnya; 10,21% pada Pemilu 1999, meningkat menjadi 23,34% pada Pemilu 2004, dan 39,10 % pada Pemilu 2009.

Disisi lain, sejak Era Reformasi dimulai, rakyat Indonesia mengalami keterbukaan

informasi dengan semakin meningkatnya jumlah media massa, baik cetak maupun elektronik. Indonesia merayakan demokrasi setelah 32 tahun berada dibawah bayang-bayang rezim Orde Baru. Dengan kebebasan berbicara dan berpendapat, rakyat Indonesia seharusnya lebih terdidik secara politik dan memiliki lebih banyak pilihan.

Era Reformasi juga ditandai dengan lahirnya situs berita *online* seperti *detik.com*, *beritanet.com*, *kompas.com*, *tempo.co.id*, *antara.com* dan lainnya yang memungkinkan berita dan informasi politik sampai ke khalayak luas dengan cepat tanpa memerlukan biaya besar. Setiap orang memiliki peluang untuk terlibat dalam proses produksi maupun distribusi berita dan informasi. Ditambah dengan lahirnya situs-situs jaringan sosial, khalayak semakin mudah untuk saling berbagi berita dan informasi politik.

Lingkungan politik yang semakin terbuka ternyata tidak mampu meningkatkan partisipasi politik generasi muda. Bagi kaum muda, politik seringkali dianggap terlalu formal, bahkan banyak diantara mereka yang menolak bicara tentang politik. Pada Pemilu 2014, 63% dari pemilih tinggal di Pulau Jawa, dimana 19,7 juta diantaranya adalah pemilih pemula dengan rentang usia 17-21 tahun dan 57% diantaranya adalah pemilih muda yang akrab dengan penggunaan media (*media literacy*). Mereka ini adalah penduduk digital yang akrab dengan media sosial, memenuhi ruang publik dengan komentar yang cepat, pedas, tegas, kadang kasar, dan mudah berpindah dari satu isu ke isu lain yang lebih atraktif.

Keputusan politik memang tidak diambil di dalam sebuah ruang hampa. Zuckerman (2005) menjelaskan bahwa lingkungan sekitar individu mempengaruhi apa yang dipercaya dan apa yang akan dilakukan dalam kaitan dengan politik, khususnya preferensi dan perilaku politik. Prinsip ini diambil dari sebuah pandangan mendasar tentang persepsi, kognisi, dan aksi: bahwa manusia adalah mahluk sosial. Saat individu berinteraksi dan mengantisipasi interaksi, masing-masing individu mempengaruhi apa yang akan dipikirkan, dinilai, dan dilakukan individu lainnya. Ketika individu mengambil keputusan, mereka mendasarkannya pada berbagai tanda, pengetahuan, nilai, dan harapan dari pasangan, orang tua, anak, teman, teman kerja, dan lain-lain yang ada di sekeliling – individu yang signifikan bagi kehidupan mereka. Individu mengikuti apa yang dilakukan beberapa teman sejawat mereka, mengabaikan yang lain, atau mungkin memilih untuk melakukan apa yang berbeda dengan kebanyakan individu lainnya.

Berlandaskan pada latar belakang diatas, studi ini menekankan pada pola jaringan para pemilih pemula di dalam sosial media dan pengaruh pola jaringan tersebut dalam partisipasi politik para pemilih pemula. Media sosial meningkatkan fleksibilitas dalam mendiskusikan politik dan masalah publik melalui koneksi "*di mana saja, kapan saja"*. Komunikasi politik di dalam situs jaringan sosial berhubungan dengan partisipasi politik, dibarengi dengan adanya asosiasi antara partisipasi politik secara *online* dengan *offline*.

Kadushin (2012) menjelaskan bahwa jaringan (*network*) tidaklah sama dengan berjejaring (*networking*), Berjejaring adalah secara aktif menggunakan sebuah jaringan

untuk membuat koneksi dalam mencapai tujuan tertentu. Boyd & Ellison (2008) bahkan secara tegas membedakan jaringan sosial (*social network*) dengan berjejaring sosial (*social networking)* berdasarkan penekanan serta ruang lingkup. Jaringan sosial adalah sebuah layanan berbasis web yang mengalokasikan satu tempat bagi individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sebuah sistem tertutup, mengartikulasikan daftar pengguna lainnya yang berbagi layanan web yang sama untuk saling berbagi daftar koneksi didalam sistem tersebut. Sifat dan klasifikasi dari setiap koneksi berbeda-beda dari satu situs ke situs lainnya (Boyd & Ellison, 2008; Leon-Abao, et.al., 2015). Sementara berjejaring sosial merupakan sebuah aktivitas (*a practice*) membuat kontak dan saling berbagi informasi dengan orang lain, grup ataupun institusi (Leon-Abao, et.al, 2015).

Berjejaring sosial biasanya terjadi pada individu yang memiliki kesamaan minat. Berjejaring sosial juga memberikan kemampuan bagi individu untuk membuat dunia lebih terbuka dan saling terhubung. Hal inilah yang menjadi alasan utama mengapa Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites* – SNS) dewasa ini sangat popular, karena membuat individu bisa saling berbagi. Green, et.al. (2014) menyatakan bahwa saling berbagi adalah sebuah aktivitas manusiawi yang paling mendasar dan situs-situs jejaring sosial dapat dipandang sebagai sebuah jalan mudah untuk "terkoneksi di tengah dunia yang terputus".

Jejaring sosial merupakan bagian dari sosial media. Walaupun keduanya memiliki kemiripan, tetapi secara konseptual keduanya adalah berbeda. Dalam konsep jaringan, media sosial merupakan alat yang memfasilitasi proses berjejaring. Hartshorn (2010) menjelaskan beberapa perbedaan jejaring sosial dengan media sosial. Pertama, merujuk pada definisi, media sosial adalah sebuah jalan (*a way*) untuk mentransmisi, atau membagi informasi dengan khalayak yang lebih luas, sementara jejaring sosial merupakan sebuah cara untuk terlibat (*an act of engagement*) dengan kelompok individu dengan minat yang sama, saling terhubung dalam situs jejaring sosial dan membangun hubungan melalui komunitas yang terbentuk. Kedua, merujuk pada gaya berkomunikasi, media sosial adalah saluran komunikasi yang analog, sebuah sistem yang menyebarluaskan informasi "pada" orang lain, sementara jejaring sosial merupakan komunikasi dua arah. Seperti televisi, radio, atau surat kabar, media sosial bukanlah sebuah lokasi untuk dikunjungi, sementara jejaring sosial, tergantung topik, masalah, atau atmosfer yang sedang berkembang, individu datang bersamaan untuk saling berkumpul dengan pengalaman dan latar belakang yang serupa. Percakapan merupakan inti dasar dari jejaring sosial dan melalui percakapan itulah hubungan sosial akan semakin terbentuk. Ketiga, dari perspektif respon waktu, media sosial memerlukan waktu yang lebih lama untuk diikuti, sementara jejaring sosial, karena merupakan komunikasi langsung antara individu terpilih, percakapan menjadi lebih kaya, lebih bertujuan, dan lebih personal. Jaringan akan tumbuh membesar saat

individu bertemu dan diperkenalkan dengan individu lainnya.

Secara konvensional jaringan dihubungkan dengan sekelompok orang yang tinggal berdekatan serta saling berinteraksi satu sama lain secara regular. Dalam komunitas tradisional, individu harus hidup bersama dan melakukan banyak kompromi serta akomodasi agar dapat menikmati kenyamanan hidup bersama. Tetapi, dalam komunitas virtual kita dapat mengunjungi komunitas virtual tanpa memandang lokasi dimana kita berada, dapat keluar dari jaringan tersebut seketika hanya dengan satu kali klik. Kita bebas untuk berpartisipasi dalam jaringan kapan saja kita mau, untuk kemudian keluar kapan saja kita mau. Kita tidak perlu mengakomodasi orang lain ataupun topik-topik yang tidak menarik perhatian kita. Komunitas dan jaringan virtual ini menawarkan banyak keuntungan tanpa keharusan untuk bertanggung jawab dengan semua hal yang berlaku pada komunitas dan jaringan fisik –tanggung jawab untuk beradaptasi dan mengakomodasi yang lain, serta, diatas semuanya, tanggung jawab untuk tetap bertahan tinggal dan menjadi bagian didalam komunitas atau jaringan tersebut.

Politik berhubungan dengan perumusan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat keseluruhan populasi yang mengikatkan diri mereka dalam sebuah kesatuan serta hubungan antara mereka yang melaksanakan keputusan tersebut dengan mereka yang terkena dampak dari pelaksanaan keputusan tersebut (Johnston, 2009). Miriam Budiardjo (1998) mendefinisikan politik sebagai "berbagai aktivitas dalam sebuah sistem politik (atau negara) yang melibatkan proses perumusan tujuan untuk sistem tersebut dan cara untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut". Menurut istilah Munroe (2002), aktivitas politik diatas berhubungan dengan "*any regarding authority in general and government in particular*".
Bentuk paling mendasar dari perilaku politik adalah partisipasi politik. Munroe (2002) mendefinisikan partisipasi politik sebagai "*the extent to which citizens use their rights, such as the right to protest, the right of free speech, the right to vote, to influence or to get involved in political activity*."

Riset awal yang dilakukan oleh Campbell & Kwak (2011) menyatakan bahwa komunikasi politik di dalam situs jaringan sosial berhubungan dengan partisipasi politik; memberikan efek moderat yang signifikan bagi mereka yang berpendirian tegas, tetapi tidak bagi mereka yang berpikiran sempit, serta dibarengi dengan adanya asosiasi antara partisipasi politik secara *online* dengan *offline*. Media sosial juga meningkatkan fleksibilitas dalam mendiskusikan politik dan masalah publik melalui koneksi "*dimana saja, kapan saja"*. Bucy, D'angelo & Newhagen (dalam Mustaqim, et.al, 2016) menemukan bahwa penggunaan media, termasuk Internet, mendorong partisipasi politik dibanding keterasingan politik.

Irwansyah (2012) menjelaskan bahwa Internet memungkinkan terciptanya sebuah "ruang" yang mampu memfasilitasi diskusi dan saling berbagi berbagai isu yang berhubungan dengan masyarakat luas. Internet juga membantu partisipasi politik tradisional seperti menghubungi politisi, menandatangani petisi, atau memberikan donasi dapat dilakukan dengan lebih mudah dan

cepat dari sisi waktu serta mengurangi biaya yang biasanya muncul dalam organisasi dan koordinasi massa dalam skala besar.

Price and Cappella (2002) menemukan diskusi politik meningkatkan keterlibatan warga; 60 grup warga negara dihubungkan setiap bulan dengan diskusi tentang isu politik dan kampanye presiden. Ditemukan argumen pro dan kontra yang lebih intens atas isu-isu yang sebelum diskusi sudah mereka bicarakan. Perubahan ini berkorelasi dengan peningkatan pengetahuan politik peserta. Diskusi *online* tersebut membuat sikap dan perilaku peserta terbentuk; mereka yang sebelumnya terlibat dalam diskusi secara *online* cenderung untuk menggunakan hak pilih dan melakukan kewajibannya sebagai warga negara dibandingkan dengan mereka yang tidak berpartisipasi dalam diskusi (dalam Irwansyah, 2012).

Hampir serupa, Gil de Zuniga dan Zheng (2014) mengemukakan sejumlah hasil penemuan mereka tentang peran media sosial terhadap partisipasi politik. Pertama, media sosial digunakan secara luas sebagai sumber berita. Orang mencari informasi via media sosial karena media sosial menyediakan informasi secara cepat dan dengan cara yang sangat fleksibel. Lebih lanjut, media sosial membuat berita menjadi lebih interaktif, karena itu mendorong partisipasi politik. Ketika membaca berita di media sosial, seseorang dapat membagi opininya dengan cara *mentioning*, meneruskan pada yang lain, atau mendonasikan dan memilih melalui media sosial. Kedua, semakin orang berpaling pada media sosial agar tetap *up-to-date* dengan apa yang sedang terjadi di sekitar mereka, semakin tinggi juga kecenderungan mereka untuk berpartisipasi dalam aktivitas politik yang demokratis. Ada hubungan antara penggunaan media sosial untuk berita dengan ekspresi politik di media sosial. Ketiga, ada hubungan yang kuat antara ekspresi politik di media sosial dengan partisipasi politik, baik secara *online* maupun *offline.*

Himelboim (2012) mengemukakan bahwa minat dalam interaksi interpersonal tentang isu politik dan mengkonsumsi isi tentang isu politik memberikan peningkatan terhadap pemahaman dan dapat meramalkan perilaku terhadap aktivitas politik secara *online*. Semakin terbuka secara politik, individu akan menunjukkan semakin tinggi penggunaan media *online* secara *multi-directional*.

Data dari www.wearesocial.org mencatat bahwa pengguna Internet di Indonesia per Januari 2016 adalah sebanyak 88,1 juta dengan tingkat penetrasi mencapai 34% dari keseluruhan populasi. Dari jumlah tersebut, 79 Juta diantaranya adalah pengguna aktif media sosial dengan lama penggunaan hampir 3 jam per hari. Akhir Februari 2012, jumlah pengguna Facebook di Indonesia telah melebihi 43 juta orang, ketiga terbesar setelah Amerika dan India. Indonesia juga berada pada posisi kelima di dunia untuk pengguna Twitter (Lim, 2012). Tetapi, angka-angka tersebut tidak menjamin peningkatan partisipasi politik, walaupun Luengo (2006) menemukan bahwa penggunaan Internet memberikan korelasi positif terhadap aktivitas politik. Penelitian yang dilakukan oleh Forrester Research (dalam Irwansyah, 2012) menemukan bahwa kaum muda menyerap media digital

dalam kehidupan mereka dengan lebih cepat dibandingkan dengan generasi lainnya. Semua generasi sebenarnya mengadopsi teknologi Internet, tetapi konsumen yang lebih muda adalah *Net Natives*. Karena itu, ketika politik memasuki Internet, media baru maupun media sosial, generasi yang lebih muda akan terlibat dengan politik di dalam media interaktif dan mampu mengembangkan demokrasi digital. Hamid (2013) dari Change.org menyatakan bahwa minat dan partisipasi politik para *netizen* terbagi dalam dua kelompok besar, satu kelompok adalah mereka yang aktif secara politik di media sosial akan berpartisipasi juga secara aktif di Pemilu, tetapi sebaliknya, ada sekelompok *netizen* aktif di media sosial yang berpartisipasi aktif dalam bentuk aktivitas politik yang lain.

Hasil penelitian yang pernah dilakukan tentang "*Peran Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilu 2014*" (Perangin-angin, 2014) meng-konfirmasi apatisme para pemilih pemula dalam Pemilu 2014. Pemilih pemula diwakili oleh 1028 orang siswa sekolah menengah atas, baik SMU maupun SMK, sekolah negeri maupun swasta di 6 kota di Indonesia; Jakarta, Bandung, Surabaya. Jogja, Solo dan Serang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan pemilih pemula berada pada kategori Sedang (58,4%), tetapi partisipasi politik mereka berada pada kategori Rendah (88,1%). Artinya, sebagian besar dari pemilih pemula sudah menggunakan media sosial sebagai salah satu alat berinteraksi, walaupun pola penggunaan tersebut masih dibatasi karena beberapa alasan seperti keterbatasan akses Internet ataupun waktu luang karena sibuk menyelesaikan tugas-tugas sekolah. Nilai partisipasi politik yang rendah menunjukkan bahwa hampir seluruh responden tidak menggunakan hak politik mereka pada Pemilu 2014, baik partisipasi *offline* maupun partisipasi *online.* Korelasi antara kedua variabel tersebut menunjukkan angka 0,423 atau ada hubungan tetapi tidak cukup kuat. Artinya, ada hubungan, walaupun kecil, antara penggunaan media sosial dengan partisipasi politik para pemilih pemula pada Pemilu 2014, atau dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa tingkat penggunaan media sosial para kawula muda akan mempengaruhi tingkat partisipasi mereka di dalam politik. Tetapi, nilai korelasi tersebut juga menunjukkan bahwa hanya 42,3% dari partisipasi politik pemilih pemula yang dapat dijelaskan dengan pola penggunaan media sosial, selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Diperlukan studi yang lebih mendalam tentang sistem jaringan sosial yang dibangun oleh para pemilih pemula di dalam media sosial sehingga dengan temuan tersebut, pemanfaatan media sosial dapat lebih ditingkatkan pada pemilu mendatang untuk meningkatkan partisipasi politik para pemilih pemula. Merujuk pada latar belakang yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi jaringan sosial para pemilih pemula di dalam media sosial serta pengaruhnya pada partisipasi politik.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memfasilitasi studi yang lebih mendalam dan mendetil. Studi deskriptif dilakukan khususnya untuk pemetaan perilaku

pemilih pemula dalam menggunakan media sosial, terutama aspek demografi dan psikografi serta pengaruhnya terhadap partisipasi politik. Unit analisis penelitian adalah individu.

Penelitian ini ditujukan pada para pemilih pemula yang baru pertama kali menggunakan hak pilih mereka pada Pemilu 2014. Sampel dipilih secara purposif di 3 kota besar di Indonesia, yaitu Bandung, Surabaya dan Jakarta. Kota Bandung dan Surabaya dipilih karena keduanya merupakan ibukota propinsi yang memiliki jumlah pemilih terbanyak pada Pemilu 2014. Selain itu, kedua kota tersebut bersama dengan kota Jakarta merupakan kota-kota yang memiliki sejumlah universitas dengan reputasi yang baik. Untuk kota Bandung, universitas yang terpilih adalah ITB, UNPAS, dan UNPAD. Untuk kota Surabaya, universitas yang terpilih adalah Universitas Widya Mandala, sedangkan untuk Jakarta, universitas yang terpilih adalah UNJ, SGU, dan UI.

Data penelitian dikumpulkan melalui kegiatan *focus group discussion* (FGD) dan *semi-structured interview* kepada 63 orang mahasiswa dari universitas yang disebutkan diatas. Sampel diambil dari mahasiswa tingkat awal di sejumlah universitas, karena mereka adalah pemilih yang baru saja mengikuti Pemilu di tahun 2014 yang lalu. FGD adalah sebuah teknik pengumpulan data penelitian melalui kegiatan diskusi kelompok yang pesertanya terbatas (dipilih) menurut kriteria tertentu dan pembahasannya memfokuskan pada topik (materi) tertentu yang sangat spesifik, yaitu tentang jejaring sosial dan pengaruhnya pada partisipasi politik pemilih pemula. Sedangkan untuk wawancara mendalam, kegiatan ini hanya dilakukan pada beberapa orang peserta saja untuk lebih mendalami hasil diskusi yang telah dilakukan sebelumnya.

Kegiatan Diskusi tatap muka dilakukan dengan rincian kegiatan sebagai berikut, pertama, di kampus Fakultas Ilmu Komunikasi, Unversitas Widya Mandala Surabaya, pada tanggal 21-25 Juni 2016, dengan jumlah total 20 peserta. Diskusi dan wawacara tatap muka dilakukan pada tanggal 23 dan 24 Juni 2016, yang diikuti oleh 20 orang peserta mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dari universitas tersebut. Kegiatan diskusi dilakukan dalam 2 tahap yaitu masing-masing 10 orang untuk setiap kelompok diskusi dikarenakan jumlah peserta cukup banyak. Tanggal 22 Juni 2016 diadakan rapat persiapan untuk membicarakan berbagai hal yang berkenaan dengan penyelenggaraan kegiatan diskusi tatap muka. Dalam analisis, partisipan diberi kode #S1-20. Diskusi di Jakarta yang dilakukan dengan 7 orang mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pada tanggal 19 Juli 2016 di lokasi sekitar kampus Fakultas Ilmu Pendidikan Psikologi UNJ. Pada analisis, partisipan diberi kode #J18-24.

Kedua, pada tanggal 2-3 September 2016 dilakukan kegiatan diskusi di kota Bandung. Tanggal 2 September, diskusi dilakukan dengan 10 orang mahasiswa Program Studi Ilmu Informatika Universitas Pasundan Bandung. Dalam analisis, partisipan diberi kode #B1-10. Kemudian pada tanggal 3 September dilakukan 2 kali kegiatan diskusi masing-masing dengan 4 orang mahasiswa Fakultas Ilmu Psikologi Universitas Padjajaran di area kampus Jatinangor.

Dalam analisis, partisipan diberi kode #B11-15. Kemudian untuk sesi berikutnya diskusi dilakukan dengan 5 orang mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Pada analisis, partisipan diberi kode #B15-19.

Ketiga, pada tanggal 12 September 2016 dilakukan kegiatan diskusi tatap muka dengan 5 orang mahasiswa di lokasi sekitar Taman Mini. Peserta berasal dari beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta yang berdomisili di sekitar wilayah Taman Mini. Pada analisis, partisipan diberi kode #J13-17.

Keempat, di kampus Universitas Swiss German dilakukan diskusi tatap muka dengan 12 orang mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi pada tanggal 23 September 2016. Pada analisis, partisipan diberi kode #J1-12

Jumlah total peserta diskusi tatap muka per kota adalah untuk kota Surabaya 20 orang, kota Bandung 19 orang, dan kota Jakarta 24 orang. Total ada 63 orang yang menjadi partisipan diskusi dalam riset ini. Peneliti bertindak sebagai moderator yang mengatur lalu lintas diskusi dan tidak berhak mempengaruhi pendapat dan sikap peserta diskusi. Semua hasil diskusi dicatat/direkam, dan hasilnya disajikan secara tertulis dalam bentuk verbatim, berupa transkrip. Hasil transkrip disusun dan digunakan untuk menjawab permasalahan yang diteliti.

Data yang sudah dikumpulkan diolah dan dianalisis secara deskriptif. Hasil yang didapat dari wawancara dianalisis dengan Tabel Triangulasi untuk kemudian dituangkan dalam gambaran umum dan analisa permasalahan dalam bentuk narasi, ungkapan, ataupun disajikan dalam bentuk deskripsi untuk mendukung analisis.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Profil partisipan dalam penelitian ini adalah mayoritas perempuan dibandingkan dengan laki-laki, dengan rentang usia antara 18-22 tahun. Semua partisipan adalah pemilih pemula yang baru memulai aktifitas politiknya dalam Pemilu 2014 yang lalu. Dari sisi agama, 35 orang beragama Islam, 20 orang Kristen, dan 8 orang Katolik dengan status sosial dan ekonomi hampir semua peserta berada pada kategori menengah ke atas, yang ditandai oleh sejumlah indikator seperti banyaknya uang jajan per bulan, kepemilikan mobil pribadi maupun frekuensi berlibur keluarga dalam setahun lebih dari 2 kali. Sebagian besar peserta tinggal bersama dengan orangtua, tetapi sejumlah partisipan lain mengaku tinggal sendirian atau kost karena berasal dari luar daerah.

Berkaitan dengan hubungan sosial, hampir semua peserta mengaku memiliki hubungan yang sangat baik dengan kedua orang tua maupun saudara kandung mereka, karena masih tinggal bersama dengan keluarga. Hanya beberapa orang saja yang harus tinggal terpisah dengan keluarga karena lokasi tempat tinggal yang cukup jauh atau berada di luar kota tempat mereka menempuh studi. Mereka mengaku masih bisa berdiskusi dan membicarakan berbagai hal dengan orang tua dan saudara kandung. Tetapi intensitas dan durasi berkomunikasi itu hanya sebentar, karena pagi hari sudah berangkat ke kampus dan baru kembali ke rumah menjelang malam hari. Para peserta mengaku bahwa intensitas komunikasi sangat sedikit di hari-hari sekolah, tetapi di akhir minggu bisa ditingkatkan.

Perihal hubungan sosial dengan lingkungan sekitar, hampir semua mengaku hubungan sangat renggang karena jarang berinteraksi dengan tetangga. Hanya beberapa orang peserta yang mengaku sering berinteraksi dan berkumpul dengan tetangga, sementara sisanya mengaku hanya mengenal tetangga mereka tanpa pernah berkomunikasi. Semua peserta mengaku tidak pernah berdiskusi tentang politik dengan lingkungan sekitar, bahkan juga saat aktivitas politik seperti pemilihan umum sedang berlangsung tidak ada diskusi yang dilakukan dengan tetangga sekitar. Ketika ada partisipan yang mengakui adanya hubungan baik antar-tetangga di tempatnya bermukim, hubungan sosial saat ini juga menjadi agak renggang karena adanya perbedaan preferensi politik, apalagi pada saat Pemilu, seperti yang disebutkan dibawah ini:

"Karena saya, untuk di kampung saya mungkin sama seperti Reza tetapi penduduk rumah disitu kebanyakan pendatang. Dan saya juga Muslim. Otomatis ketika kita ibadah sholat pun itu pun kita ikut ngumpul. Tapi yang ngumpul-ngumpul itu bukan anak muda. Atau semua orang tua. Tetapi anak muda dengan orang tua-tua. Begitu. Karena yang di masjid sekarang itu kebanyakan yang sudah tua-tua yang tujuannya ya tobat dan sebagainya. Tapi untuk kanan kiri tetap tahu. Hanya tahu saja sih. Kenal. Tapi ketika apa yang sedang digosip-gosipkan atau sedang hangat karena ketika kita tahu berita yang dibuat, kita bisa tahu memutuskan kita harus seperti apa … kalau diskusi politik iya ada. Sampai kita kumpul di pos itu buat ngomongin masalah politik kalau misalnya pemilu, biasanya dibicarakan. Iya, karena jujur aja di kampung itu pendatang. Mayoritas pendatang. Pemilihnya pun ada kubu-kubu seperti itu. Jadi sampai ada debat. Sampai ada gap. Ga ngomong atau mungkin saling menghindar. Ada juga. Alasannya, kuatnya. Seperti itu … Kadang sampai di TPS pun itu kita tuh ada berbeda. di TPS, tapi ga ribut. Soalnya sudah tahulah pasti menang ini, pasti menang itu …" (Partisipan #S2)

Saat interaksi dengan teman sekampus maupun luar kampus, hampir semua juga menyatakan memiliki hubungan yang sangat erat dengan teman-teman sekampus karena sebagian besar dari peserta diskusi adalah mereka yang aktif dalam organisasi kampus. Sebagian besar partisipan orang mengaku aktif di organisasi kampus, bahkan menjadi pengurus di organisasi tersebut. Bahkan banyak juga diantara mereka yang juga mengaku sangat aktif dalam kegiatan organisasi pemuda di lingkungan tempat ibadah mereka masing-masing, atau menjadi anggota, bahkan pengurus lembaga non pemerintah, atau organisasi pemuda kedaerahan.

Perihal kaitannya dengan intensitas terhubung dengan Internet, ada beberapa hal yang bisa dilakukan oleh *netter*, misalnya bermain *games online*, *browsing* informasi, atau menggunakan media sosial. Eikenberry (2012) menyebutkan paling tidak ada 6 jenis tipe media sosial, (1) *collaborative project*, seperti wikis dan aplikasi buku, (2) *blogs*, (3) *content information*, situs yang memfasilitasi *sharing* isi media antara pengguna, seperti *Google docs* atau *YouTube,* (4) *virtual game world*, (5) *virtual social world*, seperti *Second Life*, dan (6) *social networking sites*, seperti *Facebook, LinkedIn*, dan *Twitter*.

Pada penelitian ini, konsep terhubung dengan Internet adalah ketika jari menyentuh dan memainkan alat yang digunakan, bukan pada ukuran waktu ketika *modem* atau *wi-fi* terhubung dengan internet. Beberapa peserta mengaku tidak pernah mematikan *wi-fi* atau *modem*, tetapi tidak melakukan aktivitas apapun yang berhubungan dengan situs-situs Internet, hal ini tidak termasuk dalam kategori terhubung dengan Internet.

Merujuk pada konsep keterhubungan dengan Internet serta media sosial, para

pemilih pemula mengaku menghabiskan waktu antara 6-12 jam per hari untuk terhubung dengan dunia maya. Sebagian kecil partisipan mengaku mengakses Internet kurang dari 5 jam sehari. Sebagian lagi mengaku mengaktifkan Internet dan media sosial selama 5-10 jam sehari, sementara sebagian besar mengaktifkan Internet dan media sosial lebih dari 10 jam sehari. Bahkan, sebagian lainnya mengaku tidak pernah mematikan Internet dan media sosial mereka, seperti disebutkan berikut ini:

"Saya gimana ya … saya dibilang 24 jam bisa. Itu gimana ya. Saya ga sepenuhnya pakai. Kayak saya *download* sesuatu, saya tinggal semalaman gitu. Tapi kalau misalnya saya benar-benar pakai sekitar 15 jam. Sosial media kira-kira 10 jam." (Partisipan #J13)

"Kalau Internet hampir tidak pernah dimatikan. Koneksi 6 jam, sosial media sepanjang hari. Selalu dicek grup. dari tidur sampai bangun." (Partisipan #B3)

"Saya mungkin *connect* 19 jam ya. Sos-mednya paling 14 sampai 15 jam." (Partisipan #J1)

"Sosial media kan di HP, jadi bisa dibilang 10 jam. Berarti 16 jam, Internetnya 6 jam, sosial medianya 10 jam." (Partisipan #J3)

Peralatan utama yang digunakan para partisipan untuk mengakses Internet maupun media sosial adalah telepon genggam yang dimiliki secara pribadi maupun peralatan pendukung lainnya seperti komputer jinjing, *modem* dan *wifi*, yang juga sebagian besar dimiliki secara pribadi. Hampir semua peserta menyatakan bahwa telepon genggam selalu berada dalam genggaman tangan atau paling tidak selalu berada dekat mereka. Sedangkan untuk lokasi menggunakan internet, sebagian besar menyatakan bahwa mereka biasa berselancar di dunia maya saat sedang berada di rumah atau kampus. Ada beberapa orang dari peserta yang mengaku mencari kesempatan berselancar di *mall* atau ruang publik lain yang memberi akses berinternet secara gratis.

Perihal media sosial, semua peserta mengaku paling tidak memiliki 3 akun media sosial, terutama di media sosial seperti Path, Line, dan Instagram. Selain itu, akun media sosial lainnya yang mereka miliki adalah WA, Snapchat, Telegram dan AskFM. Beberapa media sosial yang dulu cukup terkenal seperti Facebook dan Twitter saat ini tidak menarik lagi bagi para pemilih pemula. Mereka mengaku masih memiliki akun-akun tersebut, tetapi tidak pernah atau jarang sekali membukanya.

Para peserta juga lebih tertarik dengan situs media sosial yang memungkinkan mereka untuk berkumpul dalam satu grup, seperti Line atau Whatsapp (WA), sehingga mereka dapat menggunakan media sosial itu juga sebagai alat berkomunikasi. Seperti yang disebutkan beberapa partisipan alasan mereka menggunakan Line atau WA adalah berikut ini :

"Kalau untuk internetnya kira-kira 11 jam-lah. Sosial medianya bisa 15-16 jam. Saya kadang sering buka Line." (Partisipan #J4)

"Line ini biasanya, Line itu tiap saat, Soalnya kontak sama orang lewat Line … itu saya ga bisa sebutin dong berapa jamnya … jadi khan buka, terus tutup lagi, buka yang lain … chat, baca newsnya." (Partisipan #S15)

"Karena *update* hal baru, jadi kayak sejam gitu udah beda lagi kegiatannya, topik baru … Tapi kenapa harus 12 jam? Kenapa harus 8 jam? Karena *kepo*." (Partisipan #S14)

"Kalau Line tahan sampai 2 jam - 3 jam soalnya banyak grupnya" (Partisipan #S16)

Situs lain yang menjadi favorit bagi para pemilih pemula adalah Instagram dan Path. Sejumlah alasan menggunakan situs ini

dikemukakan, seperti *stalking* atau mencari tahu aktivitas orang lain, memamerkan aktivitas personal, dan lain sebagainya, seperti yang disebutkan oleh beberapa partisipan berikut ini:

"Jadi pegang HP buat *update*. Kalau banyak media sosial itu nunjukin gaya hidup kita. Misalnya kita lagi bareng-bareng, *check-in path*. Eksis di dunia maya itu sudah suatu kayak kebutuhan soalnya nunjukin status sosial kita, ketika gak *update* ada perasaan apa … mungkin susah." (Partisipan #B19)

"Biasa 10-12 jam, sosial media 7 jam, biasa buka Line, Instagram … di tempat bagus masa *ga* pamer ya?" (Partisipan #B17)

"8-12 jam, media sosial 8 jam, biasa buka Line, Instagram, Path. Kecenderungan untuk selalu *update* itu selalu … kayak ada yang kurang." (Partisipan #B18)

"Keseringan buat *chatting* pake WA sama Line. Kalau stalking di Instagram." (Partisipan #J15)

"Internet 12 jam, sosmed 10 jam, untuk Line, Snapchat, Instagram, askFM, Path … *stalking* selebgram, teman .." (Partisipan #B15)

"Kalau Instagram gitu, saya kadang lihat gitu saya lihat orangnya, saya *scroll* lagi … Satu orang tuh bisa *upload* 2 foto. Begitu saya lihat *follower* saya ada 660. Coba 660 kali 2. Apa cukup tuh 8 jam? Ngerti ga sih? Kayak ada aja yang baru. Setiap saya *scroll* ada yang baru." (Partisipan #J1)

"Karena rasa penasaran orang itu mungkin tinggi kali ... Kan misalnya, kalau kita lagi sendirian di rumah, kita gak tau harus ngapain. Bosan … kan lihat Instagram karena kita penasaran gitu. Kita gak lihat apa-apa tapi rasa penasaran kita tinggi. Jadi buka Instagram, Path gitu … efeknya itu cukup tahu … kayak *ngestalk* terus tahu dia di sini … kalau misalnya tempat yang teman kita datangi tempatnya bagus. Terus kayak oh coba deh … dan ada beberapa kejadian mencoba gara-gara itu … gara-gara ada gambar di Path … sering banget … jadi informasi yang disampaikan itu di *follow up* … jadi bahan obrolan." (Partispan #J5)

"Karena kalau lihat bisa sekalian ngebayangin." (Partisipan #S16)

Para pemilih pemula juga mengaku menghabiskan banyak waktu dengan mengakses situs yang memfasilitasi saling berbagi isi media (*content sharing*) seperti YouTube karena banyak video menarik yang bisa dinikmati. Berbagai alasan menggunakan YouTube disebutkan sebagai berikut :

"Setiap hari nonton YouTube, kayak misalnya make up, kayak tutorial … ini bisa sampai 12 jam … Terus kaya *short movie*." (Partisipan #S15)

"*Vlog-vlog* gitu. *Video blogger*, yang lucu-lucu, *tutorial dance.*" (Partisipan #S12)

"Karena di YouTube ada kayak misalnya yang main game. *Tutorial*. Ada yang bikin video kreatif. Ada video musik yang bisa dilihat. Kadang-kadang udah nonton satu video bisa nagih ke video yang lain lagi …nyambung, nyambung, nyambung terus." (Partispan #B2)

Penggunaan media sosial menjadi sangat penting sebagai alat untuk terus memelihara komunikasi, baik dengan anggota keluarga maupun dengan teman-teman. Peserta hanya membuka jejaring dengan orang-orang yang sudah pernah mereka kenal sebelumnya, misalnya anggota keluarga, teman semasa sekolah, atau teman dalam kegiatan diluar sekolah. Jejaring dengan orang baru atau yang tidak pernah dikenal sangat dihindari, sehingga jejaring didalam media sosial bukanlah jejaring baru, tetapi jejaring lama yang dipindahkan dari dunia realitas kedalam dunia maya. Hal ini disampaikan oleh beberapa partisipan sebagai berikut:

"Tapi nggak *nge-add* teman baru, karena seram." (Partisipan #J3)

"Sosmed dibuat tidak hanya untuk *new network* tapi malah ke *old network*. Saya *update* sama temen sma kelas 10. Dalam tiap kelas ada gang. Ada 1 teman ada komen, 3 bersepuluh dari nama geng. Jadi dari satu *upload* bisa muncul lagi yang 10. akhirnya yang baru itu kembali berteman … jadi grup yang ga pernah muncul jadi ribut lagi." (Partisipan #B14)

Begitu juga untuk pola hubungan sosial didalam kampus atau organisasi. Semua peserta mengaku menggunakan media sosial,

terutama grup-grup pertemanan sebagai alat komunikasi utama. Seharian bersama dalam aktivitas kampus dan organisasi tetap dianggap belum cukup, sehingga komunikasi intensif tetap dilakukan melalui media sosial. Koordinasi dan saling berbagi informasi menjadi alasan utama bagi para pemilih pemula ini untuk terus berkomunikasi lewat media sosial.

"Kalau misalnya di BPM itu, kalau misalnya, chatting itu biasanya sih, kalau misalnya, cuman bikin kordinasi rapatnya kapan. Terus kebetulan dicatatnya disitu. Terus, kalau mau dekatin antar angkatan, ini kan masih baru, masih banyak anggota baru. Aku harus mulai, apa sih, otomatis, harus mulai, maksudnya harus lebih instan sekarang, harus kenal satu sama lain dulu, kan. Tapi kalau misalnya tiga bulan sudah jalan periode, akan banyak ketemunya karena biasanya kan harus koordinasi secara langsung. Bukan lewat chat. Jadi … jadi *face to face*-nya tetap, gak bisa di ilangin." (Partisipan #S1)

"Kalau saya mungkin kalau secara, kalau misal bilang soal frekuensi, pasti akan lebih banyak frekuensinya di *chat*. Karena, kan, kalau *meet-up* itu kita pasti butuh waktu untuk bertemu. Gunanya chat itu untuk mengatur jadwal pertemuan itu. Jadi … jadi, tetap dikoordinasikan. Kalau misalkan interaksi pun juga lewat *chat*. Karena, kan, sering kali, pengalaman kalau sendiri selama ini sebenarnya kalau kita *face to face* masih kalau pertama kali mungkin lebih canggung. Tapi, yang kita coba komunikasikan, saya mungkin nanti pertemuan selanjutnya bisa." (Partisipan #S10)

Sistem sosial merupakan contoh paling konkrit dari sebuah jaringan. Dalam jaringan sosial, individu saling membangun hubungan –siapa berkomunikasi dengan siapa, siapa berkomunikasi secara regular dengan siapa. Chafee (1986) yang dikutip oleh Walther (2011) menyatakan peran konvergensi dan saling melengkapi dari saluran tradisional dan interpersonal dalam melakukan diseminasi pesan komunikasi. Teknologi komunikasi membuka akses pada informasi bukan hanya pada konvergensi media (televisi, surat kabar, film maupun Internet), tetapi juga pada konvergensi media yang lebih fundamental dari saluran massa, interpersonal maupun teman sejawat (*peer*).

Kekuatan dari jaringan sosial yang baru adalah karena adanya perbedaan dengan karakteristik jaringan sosial secara tradisional. Pada jaringan tradisional, atribut setiap personal menjadi sangat penting, apakah individu tersebut dianggap sebagai orang yang ramah atau kurang ramah, bodoh atau pintar, atau atribut lain yang melekat pada kepribadian sang individu akan sangat mempengaruhi bagaimana individu tersebut menjalin relasi dengan orang lain. Kemudian, dalam jaringan sosial baru, atribut-atribut personal itu menjadi sangat tidak penting dibandingkan dengan hubungan dan jalinan yang dirajutnya dengan orang lain didalam jaringan tersebut. Para peserta diskusi mengakui bahwa kekuatan dari jaringan sosial didalam media sosial adalah hilangnya identitas personal yang dilekatkan pada kepribadian mereka secara tatap muka. Pada saat berinteraksi di media sosial, mereka dapat menampilkan karakter lain dari yang bisa mereka tampilkan, misalnya biasanya pendiam, tetapi bisa aktif memberikan komentar ketika berinteraksi di media sosial.

Secara konvensional jaringan dihubungkan dengan sekelompok orang yang tinggal berdekatan serta saling berinteraksi satu sama lain secara regular. Pada komunitas tradisional, individu harus hidup bersama dan melakukan banyak kompromi serta akomodasi agar dapat menikmati kenyamanan hidup bersama. Tetapi, dalam komunitas virtual kita dapat mengunjungi komunitas virtual

tanpa memandang lokasi dimana kita berada, dapat keluar dari jaringan tersebut seketika hanya dengan satu kali klik. Kita bebas untuk berpartisipasi dalam jaringan kapan saja kita mau, untuk kemudian keluar kapan saja kita mau. Kita tidak perlu mengakomodasi orang lain ataupun topik-topik yang tidak menarik perhatian kita. Komunitas dan jaringan virtual ini menawarkan banyak keuntungan tanpa keharusan untuk bertanggung jawab dengan semua hal yang berlaku pada komunitas dan jaringan fisikal –tanggung jawab untuk beradaptasi dan mengakomodasi yang lain, serta, diatas semuanya, tanggung jawab untuk tetap bertahan tinggal dan menjadi bagian didalam komunitas atau jaringan tersebut.

Mooney (2009) mencatat bahwa kekuatan lain dari interaksi lewat media sosial adalah bahwa aktivitas utama didalam media sosial adalah BERBICARA, bukan menulis. Berbicara adalah basis bagi sistem berinteraksi dan berkomunikasi. Para peserta menyatakan bahwa mereka merasa nyaman untuk mengeluarkan opini mereka tanpa takut teridentifikasi dengan mudah. Secara *online*, orang bebas mengekspresikan seluruh aspek diri mereka yang tidak mungkin dilakukan dalam kontak tatap muka. Saat terjadi ketidaksetujuan atas suatu idea yang dilontarkan, misalnya, mereka bisa langsung meninggalkan TEMPAT tanpa harus minta ijin dulu (yang tentunya akan dianggap tidak sopan dalam keadaan tatap muka) atau memberi komentar lain tanpa harus mempertimbangkan reaksi penerima.

Wigmore (2013) lebih lanjut menjelaskan bahwa media sosial merupakan "sekumpulan saluran komunikasi secara *online* yang didedikasikan untuk melakukan input, interaksi, diskusi isi, serta kolaborasi yang berbasis komunitas," karena itu, Mayfield (2008) mengemukakan sejumlah karakteristik dari media sosial yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunikasi, dan keterikatan. Kemudian, dalam kaitan dengan peserta diskusi, kegiatan komunikasi yang paling intens dilakukan adalah memperhatikan berbagai foto-foto maupun status yang ditulis oleh teman-teman mereka di dalam media sosial, untuk kemudian foto dan status tersebut akan dikomentari ataupun didiskusikan.

Keputusan politik memang tidak diambil di dalam sebuah ruang hampa. Lingkungan sekitar individu akan mempengaruhi apa yang dipercaya dan apa yang akan dilakukan dalam kaitan dengan politik, khususnya preferensi dan perilaku politik. Ketika individu mengambil keputusan, mereka mendasarkannya pada berbagai tanda, pengetahuan, nilai, dan harapan dari individu yang signifikan bagi kehidupan mereka, seperti orang tua, teman, dan lain-lain yang ada di sekeliling Individu mengikuti apa yang dilakukan beberapa teman sejawat mereka, mengabaikan yang lain, atau mungkin memilih untuk melakukan apa yang berbeda dengan kebanyakan individu lainnya.

Salah satu kegiatan yang membantu para pemilih pemula dalam mengambil keputusan politik adalah adanya diskusi tentang politik dengan keluarga dan keluarga besar. Semua partisipan mengaku diskusi antar anggota keluarga berjalan dengan baik, ada waktu-waktu mereka bisa membicarakan banyak hal dengan orang tua, tetapi sayangnya diskusi politik hampir tidak pernah dilakukan. Namun, ada sebagian

kecil partisipan mengaku berdiskusi politik dengan orang tua, bukan hanya tentang isu-isu politik yang sedang hangat diberitakan oleh media lain, tetapi juga mereka bisa belajar praktek politik lewat bimbingan orang tua.

"Ngomong-in tentang perdagangan. Terus ya kayak partai-partai … oh sampai ke partai … sampai perilaku tokoh-tokoh partai, itu sampai dibicarakan. Karena keluarga juga kan ada yang terlibat. Kayak jadi bahan perbincangan." (Partisipan #S15)

"Pernah ada omongan diskusi soal politik … karena keluarga saya keluarga yang sangat tidak suka politik Indonesia, jadi sangat … semuanya dikritik gitu … kritik-kritik terhadap realitas politik. Kayak misalnya kalau ada highlight apa misalnya kayak, misalnya Ahok yang banjir-banjir itu dibahas … jadi kalau ada isu-isu …" (Partisipan #B15)

"Karena, kalau saya pribadi saya tidak terlalu tertarik dengan politik. Kalau lihat kok malah jadi gak interest. Tetap ada diskusi sedikit-sedikit dari keluarga. Tapi masalahnya seringkali saya kalau pulang ke rumah itu sudah malam, jadi keluarga sudah istirahat. Sudah selesai nonton TV-nya. Tapi tetap didiskusikan. khususnya waktu hari pemilihan bahkan tetap pilih ini pilih ini. Tetap didiskusikan, tetap didorong. Tetap memilih sendiri. Tetapi tetap sebelum memilih didorong tapi tetap saya memilihnya pilihan saya sendiri, karena saya punya pertimbangan-pertimbangan yang lain. Beda dengan pilihan orang tua." (Partisipan #S10)

Diskusi politik dengan keluarga terjadi jika ada informasi, berita, atau isu politik yang hangat atau untuk kepentingan pemilihan yang terjadi lima tahun sekali. Informasi dan berita tersebut didapat dari berbagai sumber informasi untuk kemudian didiskusikan, seperti yang disebutkan oleh beberapa partisipan berikut ini :

"Kalau urusan politik sih kalau ada stimulusnya baru ngomongin tentang politik. Jadi kaya pas nonton TV misalnya ada Metro, TVOne. Soalnya mama sukanya nonton memang Metro sama TVOne, gitu. Jadi dia kadang suka komen suka cerita tentang apa yang dia tonton. Cuma aku kan memang gak begitu ngerti politik jadi ya … oh iya … iya. Ya gitu-gitu aja sih cuma respon ya…ya gitu gitu aja." (Partisipan #S8)

"Kalau masalah politik di keluarga saya, kita sangat apa … mengikuti acara yang lagi hits. Contohnya kalau ada pemilihan, TVOne pasti langsung ada debat. Itu tuh pasti langsung dicatat jadwalnya kapan. Tapi saya gak milih karena di keluarga saya tuh bukan tipe yang milih. Jadi kita gak milih. karena pertama kita keluarga pindahan dari Jember. Nah kita mau proses ke Surabaya ini jadi KTP-nya KK-nya semua, SIM Surabaya, eh sorry, Jember. Jadi saya kan harus pulang. Kalau pulang itu saya gak sempat." (Partisipan #S9)

"Isu politik sih paling pas pemilu. Karena baru pertama jadi nanya ke orang tua … Pas waktu 2014 … iyakan jadi pemilih Itu nanya-nanya cara ke orangtua juga … kalau milih itu di serahkan ke kita. Tapi calon-calonnya udah dikasih tau." (Partisipan #B1)

Bahkan beberapa partisipan mengaku bahwa pilihan politik pun kemudian diatur oleh keluarga atau oleh partisipan, tergantung suasana diskusi yang terjadi, seperti yang disebutkan berikut ini :

"Karena dua tahun yang lalu tiga tahun yang lalu ketika umur tujuh belas yang diperkenalkan ke dunia politik oleh ibu saya sendiri. Dan langsung jadi simpatisan legislatif dia, walkot, pilgub sampai kemarin yang terakhir pilpres. Saya jadi simpatisan." (Partisipan #S2)

"Ada membicarakan keputusan … Karena papa mama milih sama jadi cenderung milihnya jadi sama …" (Partisipan #B8)

"Kalau mempengaruhi sih malah saya yang mempengaruhi bukan orang tua saya. mungkin pengalaman kan tahun lalu, saya terlibat dalam politik, kan. Contohnya tahun lalu saya terlibat dalam kampanye politik kan. Yang menjadi wakil DPR di Surabaya itu kan Om saya. Jadi saya tahu caranya orang kampanye. Jadi saya turut serta dalam mempromosikan Om saya itu tadi. Jadi yang mempengaruhi justru saya bukan orang tua saya." (Partisipan #S1)

Diskusi juga bisa terjadi dengan teman-teman, terutama teman kampus dimana partisipan bergabung bersama dalam organisasi kemahasiswaan. Tetapi, diskusi tentang politik sendiri tidak terjadi didalam media sosial. Semua partisipan menyatakan bahwa didalam

jaringan mereka didalam media sosial, diskusi tentang isu-isu yang berbau politik tidak terjadi karena beberapa alasan seperti yang disebutkan berikut ini:

"Ya kalau saya bicara di sosial media kan nggak semua orang nanggapi gitu … di Line yang begitu aktif politik juga sangat jarang. Teman yang diajak bicara itu yang gak suka …" (Partisipan #S11)

"Pas pemilu baru ramai … tetap gak bisa bu. Tetap ga ada jawaban … bingung juga sama sifat kita nih. Harusnya ada perubahan tadi ya?" (Partisipan #J1)

Perihal sumber berita dan informasi tentang politik, sebagian besar peserta mengaku mendapatkan informasi tentang politik terutama dari situs-situs berita online seperti *detik.com* atau *kompas.com*. Sebagian lagi mengaku menggantungkan informasi yang mereka dapat dari berita atau informasi yang dibagikan oleh teman-teman atau oleh grup media sosial. Jadi, kelompok ini tidak mencari berita atau informasi tentang politik, tetapi hanya secara pasif menunggu berita dan informasi yang masuk ke dalam akun media sosial mereka.

"*Sharing* berita dari teman. Kalau gak dapat *sharing* malah ga baca." (Partisipan #J17)

"Sering lihat-lihat video di YouTube terus diinformasikan ke papa kalau Ahok begini-begini …" (Partisipan #S11)

"Karena semua informasi penting pasti di Line." (Partisipan S17)

Kemudian, untuk media konvensional, hanya sebagian kecil partisipan yang mengaku masih mendapatkan informasi dari televise. Media elektronik lainnya seperti radio atau media cetak malah tidak lagi menjadi sumber berita.

Setelah membaca sharing berita dari media sosial, hanya bebeapa orang partisipan yang mengaku kemudian berusaha mencari sumber resmi atau asli dari berita dan informasi tersebut secara *online*. Ada juga yang mengaku berusaha mencari penjelasan yang lebih mendalam dari media informasi lainnya, seperti media elektronik dan media cetak. Mereka hanya mencari berita atau informasi tentang politik yang menarik perhatian saja, misalnya isu-isu yang sedang hangat atau ketika ada kontroversi atas satu isu tertentu. Berita atau informasi tersebut kemudian didiskusikan dengan anggota keluarga mereka atau teman-teman mereka. Hasil diskusi dengan keluarga dan teman itu kemudian dipergunakan sebagai bahan rujukan dalam mengambil keputusan-keputusan yang berhubungan dengan politik, misalnya untuk memilih pasangan presiden dan wakil presiden pada pemilihan umum.

Kegiatan partisipasi politik secara *online* yang biasa dilakukan adalah memberikan tanda *like* untuk informasi dan berita politik yang dibagi dari teman-teman yang lain atau komentar teman atas satu berita dan informasi yang dibagikan, kemudian meneruskan (*forwarding*) berita atau informasi tersebut kepada teman lainnya atau memberi komentar pribadi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas partisipasi politik secara *online* masih kurang banyak dilakukan oleh para peserta kelompok tatap muka. Hanya beberapa orang saja yang mengaku pernah memberikan tanda suka (*like*) untuk berita atau informasi politik yang masuk dalam akun media sosial mereka. Seperti disebutkan oleh Partisipan #S12 "O*nlinenya sih ngelike … ngelike berita-berita politik. Pasang foto profile juga. Pasang profile picture … tapi itu waktu pemilu."*

Komunikasi politik di dalam situs jaringan sosial berhubungan dengan partisipasi politik, dibarengi dengan adanya asosiasi antara partisipasi politik secara *online* dengan *offline*. Media sosial juga meningkatkan fleksibilitas dalam mendiskusikan politik dan masalah publik melalui koneksi "*di mana saja, kapan saja"*.

Sebagian besar peserta ternyata belum berpartisipasi secara maksimal untuk partisipasi politik secara offline. Sebanyak 30 orang diantara peserta mengaku hanya melakukan kegiatan bertukar informasi tentang politik dengan teman atau keluarga. Ada 6 orang peserta yang mengaku pernah menjadi anggota partai politik, anggota tim sukses atau anggota tim relawan untuk calon anggota legislatif ataupun calon pasangan presiden. Sebanyak 6 orang juga yang mengaku pernah menghadiri rapat dalam hubungan dengan kegiatan politik maupun kegiatan kampanye politik. Dari 63 orang partisipan, hanya 22 orang diantara mereka yang ikut memilih dalam pemilihan anggota legislatif di Pemilu 2014, dan 35 orang yang mengaku ikut memilih presiden dan wakil presiden. Hanya 11 orang juga yang pernah melakukan aktivitas politik lainnya, seperti memasang stiker partai politik atau calon maupun kegiatan lain seperti memberi sumbangan.

Simpulan

Hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, (1) Media sosial telah digunakan secara luas dan massif oleh anak-anak generasi sekarang karena didalam media sosial mereka dapat berinteraksi dan berkomunikasi secara nyaman tanpa harus memperlihatkan atribut-atribut kepribadian mereka secara terbuka. Mereka juga tidak mengalami masalah dalam mengakses internet, sehingga dapat terhubung dalam jaringan dengan intensitas yang sangat tinggi; (2) Saat berjejaring di dalam media sosial, mereka berinteraksi hanya dengan orang-orang yang sebenarnya mereka telah kenal di dunia realitas, komunikasi dan interaksi dilakukan lebih intensif karena keterbatasan waktu dan tempat untuk berinteraksi akibat padatnya aktivitas harian yang harus dilakukan setiap harinya. Tetapi kesempatan untuk berinteraksi secara tatap muka di akhir minggu juga ternyata tidak dilakukan karena mereka sudah merasa nyaman untuk berinteraksi lewat media sosial yang tidak memerlukan persiapan fisik; (3) Media sosial juga saat ini menjadi sumber rujukan berita dan informasi politik bagi mereka. Jika diperlukan, atau merasa memerlukan informasi tambahan, mereka akan mencari informasi lewat media lain. Informasi yang didapat kemudian akan didiskusikan dengan keluarga atau teman-teman sebelum mereka mengambil suatu keputusan politik; (4) Partisipasi politik mereka sangat rendah karena para peserta tidak memahami secara mendalam bahwa definisi politik sebenarnya menyangkut banyak hal dalam bidang kehidupan. Para peserta hanya mengkaitkan politik dengan partai politik dan aktor politik, karena itu mereka belum mengambil peran aktif dalam politik, baik secara *online* maupun *offline*.

Daftar Pustaka

Boyd, D.M. and Nicole B. Ellison.(2008). "*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*." Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2208) @ International Communication Association.

Budiardjo, Miriam. (1998). Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Campbell, Scott W. & Nojin Kwak. (2011). "*Political Involvement in 'Mobilized' Society: The Interactive Relationships among Mobile Communication, Network Characteristics, and Political Participation*," in Journal of Communication 61 (2011) 1005-1024 @2011 International Communication Association.

Eikenberry, Angela M. (2012). Social Networking, Learning, and Civic Engagement: New Relationships between Professors and Students, Public Administrators and Citizens. http://digitalcommons.unomaha.edu/pubadfacpub/32.

Gil de Zuniga, Homero and Pei Zheng.(2014). Media social: a Driver for Improved Citizenship. http://www/polity.org.za/article/social-media-a-driver-for-improved-citizenshipas as accessed 4th April 2014.

Green, Janet, Aileen Wyllie, Debra Jackson. (2014). "Social Networking for Nurse Education: Possibilities, Perils, and Pitfalls." In eContent Management Pty Ltd. Contemporary Nurse Vol. 47, Issue 1-2, April/June 2014.

Hamid, Usman. (2013). "Minat Politik Terbelah: Partisipasi Politik Anak Muda Berpotensi Lewat Media Social," http://m.facebook.com/notes/changeorg/minat-politik-terbelah-partisipasi-partisipasi-politik-nak-muda-berpotensi-lewat-media-sosial, August 5th, 2013, as accessed by August 23rd, 2013.

Hartshorn, Sarah. (2010). 5 Differences Between Social Media and Social Networking. http://socialmediatoday.com/SMC/194754, as accessed by Sept 17th, 2013.

Himelboim, Itai. et.al. (2012). Social media and Online Political Communication: The Role of Interpersonal Informational Trust and Openness. Journal of Broadcasting and Electronic Media. 56:1, 92-115. http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2011.64.8682.

Irwansyah. (2012). "*Media social and Political Participation: Youth Activists' Perspective*" in Communicate: Journal of Communication Studies. Vol. 5 No. 2 July – December 2012.

Johnston, Larry. (2009). Politics: an Introduction to the Modern Democratic State. Canada: University of Toronto Press.

Kadushin, Charles. (2012). Understanding Social Networks: Theories, Concepts, and Findings. USA: Oxford University Press, Inc.

Leon-Abao, E., et al. (2015). *Engagement to Social Networking Challenges and Opportunities to Educators*. European Scientific Journal, June 2015 edition vol.11, No. 16, p. 173-191.

Lim, Merlyna. (2012). *"Media social and Political Mobilization"* in The Indonesia Journal of Leadership.Policy and World Affairs Strategic Review. April-June 2012/Volume 2/Number 2, p. 52-60.

Luengo, Oscar Garefa. (2006). "E-activism: New Media & Political Participation in Europe." Journal CONfines 2/4 Agosto-Diciembre 2006, ISSN: 1870 – 3569. http://web2.mty.itesm.mx/temporal/confines/articulos4/OLuengo.pdf, as accessed on October 31st, 2013.

Mayfield, Antony. (2008). What is Media social? E-book from ICrossing.co.uk as accessed on October 4th, 2013.

Mooney, Carla. (2009). Online Social Networking: Hot Topics. USA: Cengage Learning.

Munroe, Trevor. (2002). An Introduction to Politics: Lectures for First Year Students. Jamaica: Stephenson's Litho Press.

Mustaqim, Asrul, et.al. (2006). "Hubungan Penggunaan Media dan Partisipasi Politik" in Jurnal IISIP, Juli 2006, Jakarta, p. 89-106.

Sodikin, Amir and Wisnu Nugroho (2013)."*Demokrasi Era Digital: Mengejar Generasi Pedas, Lekas, dan Bergegas"*, in Kompas Daily, edition Friday, October 25th, 2013, p. 54.

Walther, Joseph B., et al. (2011), "*Interaction of Interpersonal, Peer, and Media Influence Source* Online*; A research Agenda for Technological Convergence*," in A networked Self; Identity, Community, and Culture on Social Network Sites, edited by Zizi Papacharissi, New York: Routledge.

Wigmore, Ivy. (2012). "What is Media social?", http://whatis.techtarget.com/definition/social-media, as accessed on September 12th, 2013.

Wood, Julia T., (2008). Communication Mosaics; an Introduction to the Field of Communication, USA: Thomson Wadsworth.

Zuckermann, Alan. (2005). The Social Logic of Politics: Personal Networks as Context for Political Behavior, the editor. USA: Temple University Press.

STRATEGI SOSIALISASI MIGRASI SISTEM PENYIARAN ANALOG KE DIGITAL DI JAWA TENGAH

Made Dwi Adnjani[1], Mubarok[2]
Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)
Jl. Kaligawe Raya Km. 4, Terboyo Kulon, Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah 50112.
Telp. (024) 6583584
Email : made@unissula.ac.id[1] , mubarok@unissula.ac.id[2]

Abstract

The purpose of this research has described the development, analyzing the communications strategy tongue and strategies appropriate to socialization migration tv analog to digital in central Java. The methodology uses deskripstive qualitative. Engineering data collection is done interviews with 200 the informant located in four areas namely Semarang, Magelang, Purwokerto, and Pekalongan. The method of was used in this research is qualitative descriptive. The technique of data collection was carried out in-depth interviews with 200 people an informant who are spread in four areas namely Semarang the capital city of, Magelang of Central Java, Purwokerto, and Pekalongan. The data analysis was undertaken using analysis phase of strategic communication which includes formative research, strategy, research, and evaluation tactic. The research results show a majority of residents central java did not know plan migration analog to digital tv.This condition is a challenge to plan the communications strategy proper according to the conditions in central java so that the migration can run well and benefit all parties. Certainty roadmap migrations plenary will ease the preparation of the communications strategy. The contribution of this research is to provide communication strategy of socialization of digital broadcast system in Central Java.

Keywords*: socialization, digitization, broadcasting, Central Java*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan perkembangan sosialisasi, menganalisa strategi komunikasi yang digunakan dan merumuskan strategi yang tepat untuk proses sosialisasi migrasi TV analog ke digital di Jawa Tengah. Metode penelitian ini menggunakan deskripstif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan wawancara mendalam kepada 200 orang informan yang tersebar di empat daerah yaitu Semarang, Magelang, Purwokerto dan Pekalongan. Tahap analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis fase penyusunan komunikasi strategis yang meliputi *formative research* (riset formatif), *strategy, tactic dan evaluation research.* Hasil penelitian menunjukkan mayoritas masyarakat Jawa Tengah belum mengetahui rencana migrasi TV analog ke digital. Kondisi ini menjadi tantangan untuk merencanakan strategi komunikasi yang tepat sesuai kondisi di Jawa Tengah sehingga proses migrasi bisa berjalan dengan baik dan menguntungkan semua pihak. Kepastian peta jalan migrasi yang paripurna akan memudahkan penyusunan strategi komunikasi. Kontribusi penelitian ini berupa penemuan model pemanfaatan media di Jawa Tengah.

Kata kunci : sosialisasi, digitalisasi, penyiaran, Jawa Tengah

Pendahuluan

Proses migrasi penyiaran televisi analog ke penyiaran televisi digital adalah keniscayaan seiring perkembangan teknologi. Jumlah penduduk Indonesia mencapai lebih dari 200 juta jiwa. Dengan asumsi separuh dari mereka memiliki televisi di rumahnya maka ada sekitar 100 juta televisi di Indonesia. Jumlah ini merupakan pasar yang potensial untuk industri penyiaran digital. Basis pemirsa yang besar menjadi potensi ideal pemasukan secara ekonomi. Televisi digital memiliki beragam keunggulan diantaranya kualitas penyiaran lebih baik dan frekuensi yang bisa dipakai banyak saluran.

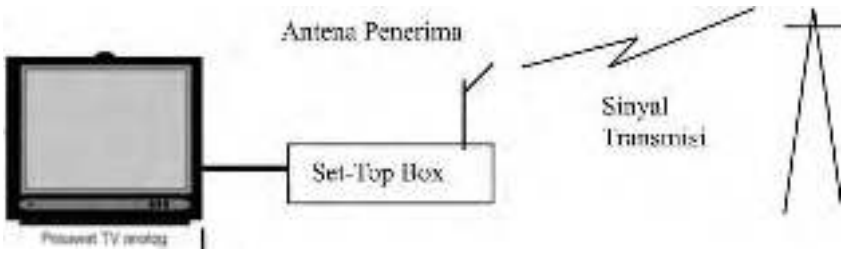
Sistem jaringan TV digital untuk akses televisi di rumah diarahkan menjadi layanan multimedia. Artinya layanan ini bisa sekaligus untuk keperluan telefoni, akses data internet, juga siaran televisi dengan kualitas gambar yang semakin mendekati realita melalui pesawat *TV –Ultra High Definition.* Perkembangan layanan ini biasa disebut dengan konsep **"***extended home"*, dimana para pengguna bisa menikmati akses berbagai konten multimedia (data teks, suara, audio dan video). Selain itu, layanan TV digital tidak lagi hanya bersifat *fixed access,* tetapi juga *mobile access* yang bisa digunakan kapan saja, di mana saja hanya dengan menggunakan satu terminal saja (Budiharto dkk, 2007).

Berikut adalah gambar klasifikasi layanan dan aplikasi yang mungkin dikembangkan dalam layanan tv digital.

Penerapan penyiaran TV Digital secara teknologi tidaklah mengharuskan pemirsa untuk membeli TV baru yang menggunakan teknologi digital. Masyarakat cukup menambahkan perangkat *set-top box* untuk menstransmisikan sinyal digital dari pemancar sehingga pesawat TV tersebut mampu menerima sinyal digital.

Di berbagai negara siaran televisi analog sudah dihentikan dan beralih ke penyiaran televisi digital. Di Eropa, Amerika, dan Jepang, migrasi ke sistem penyiaran TV digital sudah dimulai sejak beberapa tahun yang lalu. Di Jerman, proyek ini telah dimulai sejak 2003 di kota Berlin dan 2005 di Munich. Pada akhir 2005 di Inggris telah dilakukan percobaan untuk mematikan beberapa penyiaran TV analog. Di Amerika Serikat, Kongres bahkan telah memberikan mandat penghentian penyiaran

Gambar 1, Klasifikasi layanan dan aplikasi.
Sumber : Spieker, 2001 dalam Budiharto dkk, 2007.



Gambar 2. Proses Penerimaan Penyiaran TV Digital
Sumber: Budiarto dkk, 2007.

TV analog secara total (*switched off*) pada tahun 2009. Indonesia sebagai anggota International Telecommunication Union (ITU) menargetkan pada tahun 2018 sudah bermigrasi ke penyiaran digital.

Pengembangan TV digital di Indonesia bukanlah hal baru. Sejak tahun 2004 di bawah koordinasi Tim Nasional Migrasi Televisi dan Radio dari Analog ke Digital, telah dilakukan sejumlah kajian terhadap implementasi penyiaran TV digital. Serangkaian diskusi, seminar, *workshop* dan lokakarya yang melibatkan tenaga ahli di bidang penyiaran TV digital dari beberapa penjuru dunia telah dilakukan. Bahkan uji coba siaran TV digital telah dilakukan sejak pertengahan tahun 2006 dengan menggunakan *channel* 34 UHF untuk standar DVB-T dan ch 27 UHF untuk standar T-DMB (Budiarto dkk, 2007).

Tolak ukur keberhasilan proses migrasi ini ditandai dengan semakin tingginya manfaat yang bisa diraih oleh masyarakat Indonesia. Artinya proses migrasi ini tidak boleh hanya menguntungkan pihak tertentu seperti industri televisi, piranti elektornik, pemerintah. Proses migrasi ini harus membawa manfaat bagi masyarakat seutuhnya sehingga tidak ada yang dirugikan. Untuk itu diperlukan pemahaman yang utuh terhadap proses ini sehingga masyarakat memahami proses digitalisasi ini. Sosialisasi dan edukasi diperlukan agar masyarakat memahami keuntungan dan kerugian proses migrasi termasuk memahami langkah apa yang harus mereka lakukan sehingga tidak menjadi korban dari perubahan teknologi penyiaran.

Ketika migrasi analog ke digital di Indonesia sudah mulai berlangsung semestinya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah bisa lebih banyak dan merata bagi masyarakat Indonesia. Migrasi penyiaran dari analog ke digital sebenarnya tidak hanya bisa dimaknai sebagai perpindahan teknologi saja, karena banyak permasalahan baru yang akan muncul dengan adanya migrasi ini sehingga sosialisasi yang maksimal dan pengkajian yang komprehensif adalah tugas utama pemerintah. Rianto dkk (2012:24) mengatakan bahwa persoalan digitalisasi penyiaran merupakan persoalan yang kompleks sehingga mestinya melibatkan perdebatan publik dan parlemen sebagai representasi rakyat yang menjadi pemilik sah frekuensi. Beberapa persoalan di Indonesia yang harus diselesaikan dalam tahapan migrasi adalah belum meratanya jangkauan televisi di setiap daerah. Setiap daerah yang bisa menerima siaran tv analog harus bisa menerima siaran tv digital setelah migrasi. Di beberapa daerah masih sulit untuk menerima siaran analog sementara mereka punya hak yang sama untuk mendapatkan informasi dan mengakses media tv.

Ada beberapa hal mendasar yang harus dilakukan oleh masyarakat agar mereka bisa menikmati penyiaran digital: pertama: mereka harus memiliki piranti yang mampu menangkat siaran digital baik berupa tv digital maupun tv analog yang dipasang receiver digital. Kedua, apakah mereka diberikan ruang dalam proses penyiaran digital atau sekedar dipandang sebagai konsumen konten digital. Persoalan teknis bisa diselesaikan dengan menyediakan peralatan yang dibutuhkan, sementara

persoalan pemerataan kesempatan dan akses dalam proses digitalisasi membutuhkan sosialisasi yang terencana.

Kehadiran TV Digital yang direncanakan pada tahun 2018 membutuhkan beragam persiapan. Setidaknya ada beberapa pihak yang menaruh kepentingan yaitu pemerintah, akademisi, dunia inndustri dan masyarakat pada umumnya. Kehadiran sebuah teknologi semestinya memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi seluruh manusia. Hal ini penting agar teknologi tidak hanya menjadi kepentingan segelintir orang. Banyak kehadiran teknologi yang tidak sesuai dengan kebutuhan penggunanya sehingga justru lebih sering menimbulkan masalah daripada memberikan manfaat. Pola diseminasi teknologi yang bersifat *top down* seringkali hanya memandang dari kacamata pemangku kebijakan bukan kacamata penggunanya. Oleh karena itu dibutuhkan penelitian yang mampu memetakan *audience habit* (kebiasaan dari pengguna) hingga ke strategi sosialisasi dan komunikasi kebijakan migrasi penyiaran analog ke digital di Indonesia.

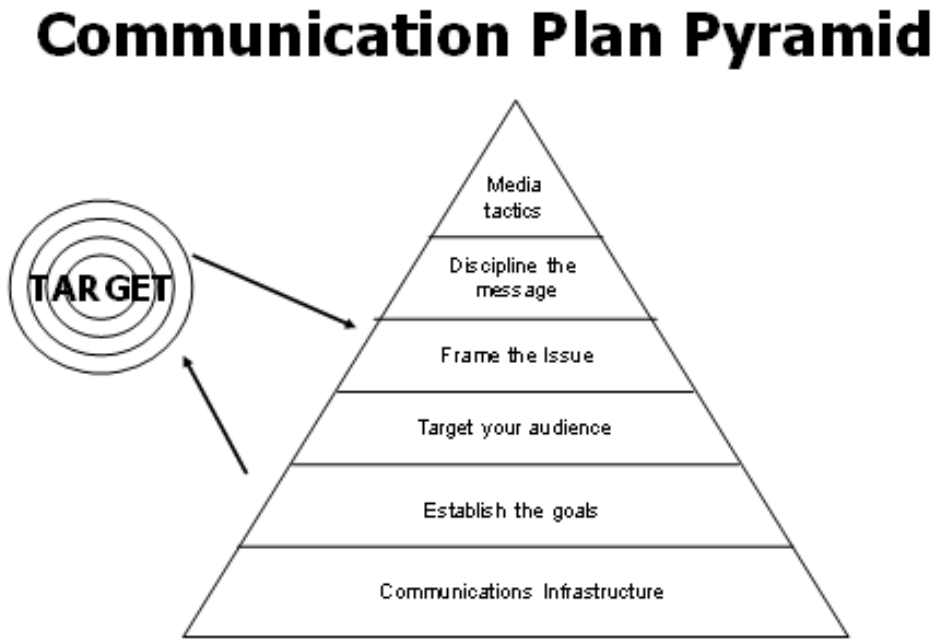
Di dalam draft RUU Penyiaran tentang batas akhir penyiaran analog atau yang sering disebut sebagai *Analog Switch off (ASO)* dijelaskan pada pasal 15. Draft pasal 15 menyebutkan, "batas akhir penggunaan teknologi analog lembaga penyiaran jasa penyiaran televisi adalah 3 tahun setelah undang-undang penyiaran ini diundangkan". Pada wilayah tertentu yang memiliki kesiapan infrastruktur bisa dipercepat proses migrasinya. Beberapa wilayah seperti DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Bali menjadi prioritas migrasi karena memiliki kesiapan infrastruktur yang memadai. Kota-kota besar di beberapa propinsi tersebut akan mengawali proses migrasi lebih cepat daripada daerah lainnya.

Di Jawa Tengah beberapa kota yang memiliki kesiapan infrastruktur untuk migrasi akan menjadi bagian awal dari proses tersebut. Kota Semarang, Pekalongan, Magelang, dan Purwokerto adalah beberapa diantaranya yang sudah memiliki kesiapan insfrastruktur. Hal tersebut menjadi dasar perlu adanya rancangan strategi komunikasi yang matang sehingga mampu untuk menyampaikan pesan utama dalam proses migrasi analog ke digital sehingga berbagai stakeholder di Jawa Tengah bisa mengambil peran dan keuntungan dari proses digitalisasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi komunikasi yang matang dalam proses sosialisasi migrasi analog ke digital di Jawa Tengah. Penyusunan strategi komunikasi didasarkan pada kebiasaan konsumsi media (*audience habit*) yang dilakukan oleh masyarakat Jawa Tengah. Meskipun pemerintah belum merumuskan peta jalan migrasi dengan pasti, sosialisasi tetap harus dilakukan karena proses migrasi digital adalah keniscayaan. Proses sosialisasi tetap perlu dilakukan agar pengetahuan masyarakat terhadap proses tersebut utuh. Ketika peta migrasi sudah ditetapkan maka masyarakat sudah siap karena telah dilakukan sosialisasi.

Strategi Komunikasi yang efektif didasarkan pada unsur penentu efektivitas komunikasi. Menurut Pace,dkk (1979) ada tiga tujuan utama strategi komunikasi yang ingin dicapai, yaitu (a) memastikan bahwa

penerima pesan memahami isi pesan yang diterimanya; (b) memantapkan penerimaan pesan dalam diri penerima sasaran; (c) memotivasi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan implikasi pesan.

Smith (2005) memberikan sembilan fase yang dikelompokkan menjadi empat fase dalam penyusunan komunikasi strategis untuk *public relations* yakni *formative research, strategy, tactic dan evaluation research.* Analisis tahap *formative research* dilakukan dengan analisis situasi, analisis organisasi, dan analisis publik. Analisis situasi adalah pernyataan tentang peluang dan hambatan yang dihadapi oleh program komunikasi. Analisis organisasi : meliputi aspek lingkungan internal, persepsi publik dan lingkungan eksternal yang dihadapi meliputi pesaing maupun pendukung. Analisis publik adalah identifikasi dan analisis publik-publik kunci dari berbagai kelompok orang yang berinteraksi dengan organisasi. Analisis strategi memiliki dua fokus yakni aksi yang dilakukan organisasi dan isi pesan. Analisis taktik terdiri dari pemilihan taktik komunikasi yang digunakan dan implementasi rencana strategis yang sudah disusun. Pada fase terakhir dilakukan evaluasi untuk mengetahui efektivitas berbagai taktik komunikasi yang digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. Pemahaman *strategic communication* menekankan bagaimana mengolah pesan yang tepat, menyampaikannya melalui media yang tepat, kepada audience yang tepat, pada saat yang tepat, dan efek yang diharapkan; sebuah proses yang membutuhkan pengelolaan dan kontrol secara terus-menerus. Secara ringkas gambaran dari strategi komunikasi diwujudkan dalam *Communication Plan Pyramid* berikut ini:



Gambar 3.
Sumber : SPIN Project, 2005, *Strategic Communication Planning. Some Right Reserve. www.panna.org*

Penelitian ini bertujuan utnuk mendiskripsikan perkembangan sosialisasi, menganalisa strategi komunikasi yang digunakan dan merumuskan strategi yang tepat untuk proses sosialisasi migrasi TV analog ke digital di Jawa Tengah.

Metode Penelitian

Paradigma berfungsi sebagai seperangkat keyakinan atau *basic belief systems* yang mengarahkan tindakan peneliti, berkaitan dengan prinsip-prinsip utama (pokok). Paradigma penelitian ini adalah paradigma interpretif yang berbeda dengan paradigma lain dalam hal epistimologi, ontology, aksiologi, dan methodology (Guba dan Lincoln, 2005). Strategi penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang tidak bertujuan untuk menguji kaitan, hubungan maupun pengaruh antar variabel penelitian. Melalui strategi ini peneliti ingin mengetahui keadaan sekarang terkait pemahaman masyarakat tentang proses migrasi dan kebiasaan konsumsi media yang dijadikan dasar dalam penyusunan strategi komunikasi. Hasil penelitian Sumarsono dkk (2012) menunjukkan bahwa: masyarakat dan dunia usaha pada dasarnya telah siap menyongsong siaran televisi digital namun pemerintah masih belum cukup sosialisasi. Hasil Penelitian Prabowo dan Arofah (2017) menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara pengetahuan sebelum menerima pesan tentang TV digital dengan setelah menerima pesan via instagram di kalangan mahasiswa.

Pada penelitian ini dipetakan kebiasaan konsumsi media dari masyarakat kemudian disusun strategi komunikasi berdasar pada kebiasaan tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara. Peneliti melakukan wawancara kepada 200 orang informan yang tersebar di empat kota yaitu Semarang, Magelang, Purwokerto dan Pekalongan. Wawancara dilakukan pada bulan April- Juni tahun 2017.

Keempat kota tersebut dipilih dengan beberapa pertimbangan yaitu : mewakili Jawa Tengah bagian selatan, utara, barat, dan timur. Selain itu keempat kota tersebut juga masuk dalam rencana percontohan sosialisasi digitalisasi. Informan penelitian dipilih dari berbagai kalangan masyarakat yang mewakili akademisi, pelajar/mahasiswa, PNS, TNI/ Polri, ibu rumah tangga, pensiunan.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan fungsionaris Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Tengah untuk mendapatkan gambaran tentang proses sosialisasi migrasi analog ke digital di Jawa Tengah. Kedua, peneliti melakukan observasi lapangan dengan mengikuti beberapa diskusi tentang proses migrasi yang diadakan oleh mahasiswa. Tahap analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis fase penyusunan komunikasi strategis yang meliputi *formative research* (riset formatif)*, strategy, tactic dan evaluation research* (Smith, 2005).

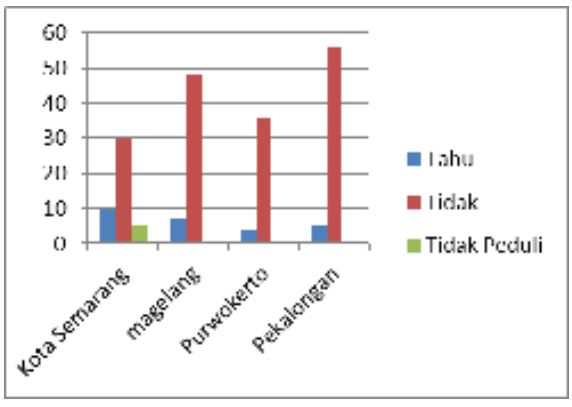
Hasil Penelitian dan Pembahasan

Jumlah informan penelitian mencapai 200 informan dengan rincian: kota Semarang: 45 informan, Magelang: 55 informan, Purwokerto: 40 informan dan Pekalongan: 60 informan. Pada bagian pertama, peneliti akan menguraikan temuan data hasil wawancara dengan informan di empat kota dan hasil wawancara dengan komisioner KPID Jateng tentang migrasi. Pada bagian ini peneliti

juga akan menguraikan topik-topik diskusi mahasiswa tentang proses migrasi analog ke digital yang diamati oleh peneliti.

Pertanyaan pertama yang diajukan peneliti kepada informan di empat kota adalah: apakah mereka mengetahui rencana migrasi penyiaran analog ke digital di Indonesia. Jawaban informan penelitian disajikan dalam Gambar 4.

Mayoritas informan di empat kota di Jawa Tengah menyatakan tidak tahu tentang rencana migrasi penyiaran analog ke penyiaran digital. Informan penelitian yang tahu proses migrasi adalah informan muda yang pada umumnya masih kuliah. Sedangkan bagi masyarakat di beberapa daerah proses migrasi tersebut dianggap tidak penting sehingga mereka tidak peduli. Belum adanya kepastian tentang pelaksanaan migrasi dan belum adanya sosialisasi yang massif dan terencana menjadikan masyarakat tidak mengetahui rencana migrasi tersebut. Jawa Tengah merupakan wilayah yang dekat dengan pusat pemerintahan dan didukung sarana teknologi informasi yang relatif sudah lebih maju daripada daerah lain di luar Jawa. Meskipun demikian ternyata mayoritas masyarakatnya



Gambar 4.
Pengetahuan Informan Tentang rencana perubahan siaran TV di Indonesia dari analog ke TV Digital
Sumber : Data Peneliti 2017.

belum mengetahu rencana migrasi. Informan yang mengetahui rencana migrasi adalah mahasiswa. Mereka mengetahui rencana migrasi dari berita di internet dan diskusi TV digital di beberapa kampus. Peneliti mengikuti diskusi mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Unissula Semarang tentang proses migrasi. Topik yang dibicarakan adalah; kepastian migrasi, keuntungan dan kerugian masyarakat, konten digital, dan sosialisasi yang masih kurang (hasil pengamatan topik diskusi mahasiswa, Juni 2017).

Bagi informan yang tidak peduli proses migrasi dilatarbelakangi dengan beberapa alasan diantaranya: menganggap proses migrasi sebagai bagian yang tidak penting dari hidup mereka, mereka beranggapan bahwa migrasi atau tidak bukan persoalan yang harus mereka pikirkan, kehadiran internet membuat mereka tidak butuh layanan tv digital.

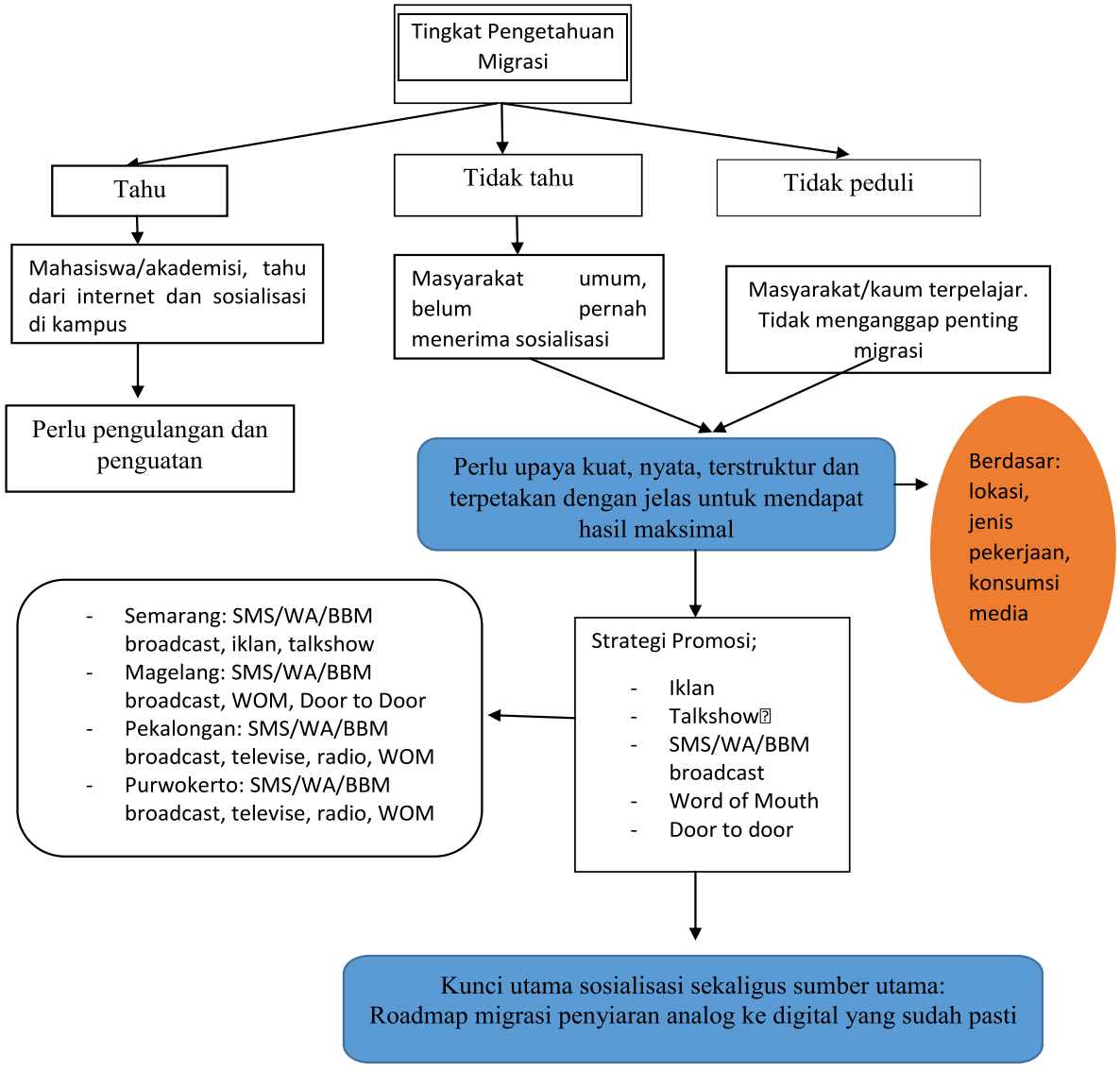
Mayoritas informan tidak tahu rencana migrasi penyiaran analog ke penyiaran digital. Maka dari itu sosialisasi menurut informan harus dilakukan sehingga masyarakat memahami proses tersebut. Mereka harus tahu keuntungan kerugian dari proses migrasi tersebut, kenapa migrasi harus dilakukan. Masyarakat juga melihat pentingnya sosialisasi terkait hak dan kewajiban apa yang akan mereka terima ketika proses migrasi dilakukan. Informan mengungkapkan bahwa sosialisasi bisa dilakukan dengan berbagai media baik konvensional maupun media baru seperti social media, website. Sebagian informan menjawab bahwa proses sosialisasi tidak perlu dilakukan. Jawaban ini justru muncul dari mereka yang sudah mengetahui rencana migrasi penyiaran analog ke penyiaran digital. Mereka menyatakan bahwa sosialisasi tidak

perlu dilakukan mengingat sampai saat ini belum ada kejelasan peta jalan migrasi yang bersifat paripurna.

Hasil wawancara dengan komisioner KPID Jawa Tengah memperkuat temuan penelitian yang menunjukkan belum adanya sosialisasi yang memadai dalam proses migrasi analog ke digital di Jawa Tengah. KPID belum melakukan sosialisasi karena belum mendapatkan perintah dari KPI pusat secara kelembagaan dan belum adanya dan roadmap yang jelas tentang migrasi.

"KPID Jawa Tengah belum melakukan sosialisasi migrasi karena belum ada petunjuk dan arahan dari KPI pusat. Secara struktural kami akan mengikuti keputusan dari pusat. Sampai saat ini kepastian migrasi juga masih pembahasan, jadi mungkin KPI masih menunggu keputusan final" (hasil wawancara dengan komisioner KPID Jawa Tengah, Juni 2017).

Demi mendukung proses sosialisasi migrasi di Jawa Tengah berikut disajikan gambaran a*udience habit* di empat kota di Jawa Tengah. Berdasar gambaran pemanfaatan media ini akan disusun strategi komunikasi yang relevan untuk sosialisasi migrasi analog ke digital di Jawa Tengah.



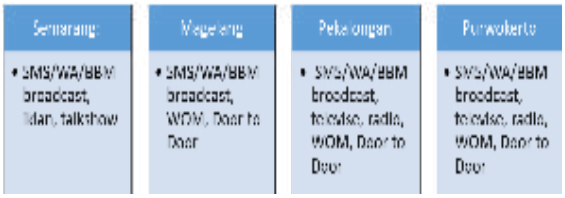
Gambar 5. Gambaran Pemanfaatan Media di Jawa Tengah
Sumber: Ringkasan Hasil Penelitian, 2017

Berdasarkan temuan penelitian tersebut peneliti menyusun fase strategi komunikasi untuk sosialisasi migrasi penyiaran analog ke digital di Jawa Tengah. Fase penyusunan komunikasi strategis yang meliputi *formative research* (riset formatif), *strategy, tactic dan evaluation research.* Hasil telaah riset formatif menunjukkan bahwa hambatan utama proses sosialisasi terletak pada tiga hal yaitu: mayoritas masyarakat belum tahu rencana migrasi, belum ada keputusan final tentang proses migrasi, dan ketidakpedulian sebagian masyarakat. Sementara peluang yang dimiliki adalah: gambar digital yang lebih jelas, peluang bisnis digital, peluang semakin banyaknya saluran televisi.

Masyarakat di empat kota di Jawa Tengah menghabiskan waktu lebih dari 4 jam sehari untuk menonton televisi (sumber: data hasil wawancara, 2017). Sedangkan sosial media menjadi media yang siap diakses dalam 24 jam sesuai dengan kebutuhan dari penggunanya. Sifatnya yang fleksibel dan mobilitas tinggi menjadikan sosial media diakses dalam rentang waktu yang panjang. Radio diakses dalam kurun waktu tertentu dan menyesuaikan keberadaan piranti radio di sekitar mereka. Berita di media cetak dan online dipilih oleh informan sebagai cara sosialisasi yang paling tepat untuk menjelaskan proses migrasi analog ke digital. Berita di media cetak bisa dibaca berulang dan menghasilkan kedalaman. Iklan di televisi mendapat porsi yang cukup besar untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat. Sementara sosialisasi dari rumah ke rumah seperti halnya sensus dianggap sangat efektif untuk menjangkau masyarakat dengan tingkat pengetahuan rendah dan mereka yang kesulitan untuk mengakses media informasi. Sosialisasi dari rumah ke rumah juga membantu masyarakat untuk bertanya secara langsung kepada petugas sehingga mendapat gambaran yang jelas tentang proses migrasi.

Berdasar pada riset formatif tersebut maka disusun strategi komunikasi. Uraian strategi komunikasi terkait media sosialisasi yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 6 dibawah ini.

Pengiriman materi sosialisasi secara massif melalui sosial media seperti whatshaps, SMS, BBM, Line merupakan cara yang cepat, dengan target luas dan murah yang bisa dilakukan untuk menyosialisasikan proses migrasi. Sosial media digunakan 24 jam oleh masyarakat. Cara ini bisa digunakan pada semua strata masyarakat di semua wilayah di Jawa Tengah. Program sosialisasi melalui televisi nasional seperti acara talkshow, iklan layanan masyarakat, testimonial juga bisa digunakan di semua wilayah karena televisi termasuk media yang diakses oleh masyarakat setiap hari. Di daerah dengan tingkat pendidikan pemilik televisi yang masih rendah sosialisasi *door to door* dengan kunjungan ke setiap rumah merupakan pilihan yang efektif untuk sosialisasi. Masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah, tidak mengakses informasi secara rutin, dan kurang memahami teknologi membutuhkan penjelasan yang lebih



Gambar 6. Jenis Sarana Sosialisasi Yang Dipilih Masyarakat
Sumber : Data Peneliti 2017.

daripada mereka yang aktif dan cakap dengan teknologi informasi. Masyarakat di daerah seperti Magelang, Pekalongan dan Purwokerto menghendaki adanya sosialisasi dari rumah ke rumah tentang proses migrasi analog ke digital.

Pada perjalanan proses sosialisasi masyarakat membutuhkan layanan respon yang cepat dan mudah untuk mendapatkan informasi yang utuh tentang proses migrasi. Oleh karena itu diperlukan strategi respon yang mampu menjawab kebutuhan tersebut. Perihal strategi respon bisa digunakan beberapa cara berikut, (1) Pemerintah melalui Kominfo, KPI, maupun lembaga Humas bisa membuat pusat informasi tentang proses migrasi; (2) Buat kotak pengaduan melalui sms center, email, sosial media; (3) Untuk wilayah Pekalongan, Magelang, Purwokerto dan daerah lain yang membutuhkan sosialisasi dari rumah ke rumah bisa dibentuk pusat informasi public tentang migrasi di tingkat desa. Pemerintah bisa menyediakan tenaga khusus yang mampu menjawab pertanyaan masyarakat tentang proses migrasi secara utuh.

Keberadaan pusat layanan migrasi ini bisa membantu masyarakat dengan mudah mengetahui tahapan proses migrasi yang sedang dilakukan. Persoalan utama yang harus segera diselesaikan adalah peta jalan migrasi yang bersifat paripurna dan memuat tahapan yang jelas tentang proses migrasi. Artinya semua elemen yang masih menolak dan menghambat proses migrasi harus diajak berdiskusi sehingga bisa menerima proses migrasi. Setelah proses tersebut selesai maka peta jalan migrasi akan dapat dibuat dengan paripurna sehingga memudahkan untuk menyusun strategi komunikasi yang tepat.

Strategi Komunikasi yang efektif didasarkan pada unsur penentu efektivitas komunikasi. Menurut Pace,dkk (1979) ada tiga tujuan utama strategi komunikasi yang ingin dicapai, yaitu (1) memastikan bahwa penerima pesan memahami isi pesan yang diterimanya; (2) memantapkan penerimaan pesan dalam diri penerima sasaran; (3) memotivasi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan implikasi pesan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Jawa Tengah masih belum merata. Masyarakat yang tinggal di kota besar seperti Semarang, Magelang, Purwokerto, Tegal dan Pekalongan lebih beruntung daripada mereka yang tinggal di pedesaan. Gambaran ini menunjukkan bahwa secara nasionalpun kesenjangan pemanfaatan teknologi informasi masih besar. Jangankan layanan digital, tv analog pun belum bisa dirasakan di semua daerah. Masih banyak masyarakat di pedesaan yang belum bisa mengakses tv analog dengan bantuan antenna UHF. Sementara layanan internet masih terkendala dengan kesiapan infrastruktur baik listrik maupun jaringan internet.

Persoalan-persoalan tersebut harus diselesaikan sehingga strategi komunikasi yang disusun bisa dilaksanakan dengan jelas, tepat sasaran dan membawa pesan yang nyata. Berkaca dari keberhasilan beberapa negara ASEAN yang telah melakukan migrasi digital semestinya Indonesia bergerak cepat untuk melakukan migrasi. Jika proses ini berhasil maka akan mampu menghidupkan tv lokal di berbagai daerah. Kehadiran tv lokal bisa menjadi sarana untuk mengurangi dominasi siaran tv nasional

sehingga konten lokal bisa diangkat. Jawa Tengah memiliki potensi baik ekonomi, social, seni, budaya dan beragam kearifan lokal yang bisa diangkat menjadi konten siaran. Hal tersebut bisa terwujud jika siaran tv lokal berkembang. Pemerintah bisa menempatkan Jawa Tengah sebagai salah satu daerah yang mendapatkan kesempatan migrasi lebih awal. Kesiapan infrastruktur di Jawa Tengah menjadikan daerah ini sebagai salah satu wilayah di Indonesia yang bisa dilakukan migrasi lebih cepat.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi komunikasi yang matang dalam proses sosialisasi migrasi analog ke digital di Jawa Tengah. Penyusunan strategi komunikasi didasarkan pada kebiasaan konsumsi media (*audience habit*) yang dilakukan oleh masyarakat Jawa Tengah. Bersarkan temuan dan pembahasan penelitian berikut simpulan penelitian; (1) Kepastian proses migrasi penyiaran analog ke penyiaran digital masih menunggu pengesahan UU Penyiaran yang baru. Jika UU tersebut bisa disahkan pada tahun 2017 maka masih ada kesempatan selama 3 tahun semenjak UU tersebut disahkan untuk melakukan migrasi. Artinya baru pada tahun 2020 proses tersebut bisa dilakukan secara tuntas. Meski demikian daerah-daerah yang sudah siap infrastruktur teknologi informasi dan komunikasinya bisa menjadi daerah yang melakukan migrasi awal. Diantara daerah yang dianggap siap untuk migrasi awal adalah Jawa Tengah. Karena itu proses sosialisasi di wilayah ini harus dilakukan dengan segera dan direncanakan dengan baik; (2) Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Jawa Tengah belum mengetahui rencana migrasi tersebut. Bahkan sebagian dari mereka mengaku tidak peduli dan menganggap penting proses migrasi digital. Kondisi ini menjadi tantangan untuk merencanakan strategi komunikasi yang tepat sesuai kondisi di Jawa Tengah sehingga proses migrasi bisa berjalan dengan baik dan menguntungkan semua pihak. Kepastian peta jalan migrasi yang paripurna akan memudahkan penyusunan strategi komunikasi. Langkah ini harus segera diselesaikan karena tanpa kepastian peta jalan migrasi strategi komunikasi yang disusun tida memiliki arah yang jelas sehingga sosialisasi migrasi tidak berjalan maksimal; (3) Sosialisasi tetap diperlukan meskipun peta migrasi belum dirumuskan secara pasti oleh pemerintah. Ketika pemerintah sudah menetapkan peta jalan migrasi, kondisi masyarakat sudah siap karena telah dilakukan sosialisasi sehingga proses migrasi bisa berjalan lebih cepat dan lebih baik; (4) Pemerintah harus segera menuntaskan roadmap migrasi dan menyusun strategi komunikasi untuk menyosialisasikan proses tersebut. Penyusunan strategi tersebut dimulai dari pemetaan *audience habit* yang kemudian menjadi dasar penyusunan strategi.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah mendanai penelitian berjudul "Model Strategi Sosialisasi, Informasi Dan Edukasi Migrasi Sistem Penyiaran Analog Ke Digital Di Indonesia melalui skema Hibah Produk Terapan tahun 2017" yang menjadi dasar penulisan artikel

ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada segenap jajaran LPPM Unissula Semarang dan KPID Jawa Tengah yang membantu pelaksanaan penelitian ini. Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada segenap pihak yang membantu untuk publikasi artikel ini di Jurnal Ilmu Komunikasi Aspikom.

Daftar Pustaka

Budiarto, Hary dkk. (2007), *Sistem TV DIGITAL dan Prospeknya di Indonesia*. Jakarta : Multikom.

Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln (2005). The SAGE Handbook of Qualitative Research, Third Edition. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc

Prabowo, Agung, Kurnia Arofah (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital. Yogyakarta: *Jurnal Aspikom vol 3 No 2* tahun 2017.

Pace, R. Wayne et al. (1979). *Techniques for effective communication. Masschusetts*. Ontario: Addison Westley Publishing Company

Rianto, Puji. (2012). *Dominasi TV Swasta (Nasiuonal). Tergerusnya Keberagaman Isi dan Kepemilikan*. Yogyakarta: PR2Media-Yayasan Tifa.

_____. (2012). *Digitalisasi Televisi di Indonesia*. Yogyakarta: PR2Media-Yayasan Tifa

Smith, D. Ronald. (2005). *Strategic Planning For Public Relations. Second Edition*. London : Lawrence Erlbaum Associates Publisher.

SPIN Project, 2005, *Strategic Communication Planning. Some Right Reserve. www.panna.org , diakses 6 Januari 2018.*

DINAMIKA KONSENTRASI PASAR INDUSTRI PERTELEVISIAN NASIONAL

Bestian Nainggolan
Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia, Jl. Salemba Raya No. 4, Jakarta 10430, Telp: (021) 3156941
Email: djuli.bestian41@ui.ac.id

Abstract:

The weakening macro condition of Indonesia's economy in the last five years has influenced the economic performance of the television media industry. Since that time, media advertising expenditure as the largest revenue source for the television industry has been declining. The purpose of this research is to know how each group of broadcast media corporations in this country are competing and trying to control the market of the media industry. Methods used in this research was adopting both the quantitative analysis which leans back upon the organization the field of industrial (in theory). Relying on the Structure-Conduct-Performance analysis model, the result of this research reveals that although the economic slowdown impacts the economic performance of the corporate group of television, the roles of three groups of television media corporations: Global Mediacom, Elang Mahkota Teknologi, and Visi Media Asia remain dominant. The market audience and television ads are concentrated in these three groups and build an increasingly uncompetitive structure for other industry players. This research contributes to give insight on the current economic situation of national television industry.

Keywords: *capital, market, corporation, television industry*

Abstrak

Pelemahan kondisi makro perekonomian Indonesia lima tahun terakhir turut mempengaruhi kehidupan ekonomi industri media pertelevisian. Belanja iklan media sebagai sumber penghasilan terbesar industri pertelevisian pertumbuhannya mulai menurun dalam kurun waktu tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memaparkan bagaimana masing-masing grup korporasi media penyiaran di negeri ini saling bersaing dan berupaya menguasai pasar industri media. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang bersandar pada *Industrial Organization* (IO theory). Bersandar pada model analisis *Structure-Conduct-Performance*, hasil penelitian ini mengungkapkan kinerja ekonomi grup korporasi pertelevisian mengalami perlambatan ekonomi. Peran tiga grup korporasi media pertelevisian: Grup Global Mediacom, Elang Mahkota Teknologi, dan Visi Media Asia, tetapdominan. Pasar audiens dan iklan pertelevisianterkonsentrasi pada ketiga grup tersebut dan membangun struktur persaingan yang semakin tidak kompetitif bagi pelaku industri lainnya. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan wawasan mengenai kondisi ekonomi industri pertelevisian nasional saat ini.

Kata Kunci: kapital, pasar, korporasi, industri pertelevisian

Pendahuluan

Tekanan faktor eksternal global terhadap kondisi perekonomian Indonesia kurun lima tahun terakhir masih signifikan dirasakan. Laju perekonomian dunia yang melambat, ditandai penurunan gerak perekonomian negara-negara berpengaruh seperti Tiongkok, Jepang, Amerika Serikat, maupun negara-negara kawasan Eropa Barat, secara langsung turut menghambat ruang gerak ekonomi, khususnya ekspor Indonesia (Prasetyantoko, 2014; Basri, 2015; Djiwandono, 2015).

Di sisi lain, kekuatan internal perekonomian bangsa ini untuk bertumbuh secara mandiri masih lemah. Berbagai aktivitas usaha perekonomian yang dilakukan seperti belanja barang dan modal pemerintah, konsumsi rumah tangga, impor barang dan

modal, dan kegiatan ekonomi lainnya belum cukup mampu menanggalkan tekanan eksternal yang dihadapi (Basri, 2017).

Menggunakan indikator Produk Domestik Bruto (PDB) sebagai acuan, pencatatan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, semenjak awal 2011 hingga akhir tahun 2016 berlangsung tren penurunan pertumbuhan perekonomian. Pada kuartal pertama tahun 2011, negeri ini masih mencatatkan pertumbuhan sekitar 6,5 persen. Namun selepas itu, pertumbuhan ekonomi cenderung melambat. Hingga akhir tahun 2017, derajat pertumbuhan masih berkisar pada 5 persen, di bawah rata-rata pertumbuhan lima tahun lalu.

Secara khusus, perlambatan pertumbuhan juga terjadi pada sektor komunikasi dan informasi. Lebih spesifik lagi, pada industri pertelevisian. Sebenarnya, jika mencermati pasar industri, selama ini kehidupan ekonomi industri pertelevisian yang ditopang oleh industri periklanan ini tergolong berlimpah kapital. Data Nielsen (2017) menunjukkan sedikitnya tiga perempat dari total pasar iklan industri media terserap pada dunia pertelevisian nasional yang terdistribusikan pada hanya 15 pelaku usaha pertelevisian. Pada tahun 2011 diperkirakan sebesar Rp 44,06 trilyun nilai belanja iklan yang terserap pada industri pertelevisian. Setahun kemudian, meningkat menjadi Rp 53,7 trilyun. Lima tahun berikutnya, meningkat hampir dua kali lipat, mencapai Rp 85,16 trilyun. Hanya, pada tahun 2016 menurun menjadi Rp 72,9 trilyun.

Sekalipun dari waktu ke waktu volume belanja iklan meningkat (kecuali di tahun 2016), ternyata pertumbuhan pasar iklan pertelevisian sepanjang lima tahun terakhir menunjukkan perlambatan. Mengambil rentang acuan 2011-2016, puncak pertumbuhan iklan terjadi di tahun 2013, sebesar 26,3 persen. Tahun-tahun selanjutnya melambat, bahkan sepanjang tahun 2016 terjadi penurunan signifikan hingga minus 14 persen dari tahun sebelumnya.

Perlambatan laju perekonomian yang diikuti oleh perlambatan pertumbuhan iklan industri pertelevisian mengindikasikan potensi ancaman yang mengkhawatirkan terhadap prospek bisnis pertelevisian di negeri ini. Menjadi semakin mengkhawatirkan tatkala sumber *revenue* paling dominan pada industri pertelevisian diperoleh dari penyediaan ruang penyiaran bagi periklanan. Oleh karena itu, penurunan pertumbuhan belanja iklan secara langsung meredupkan kehidupan bisnis industri pertelevisian.

Pada pemandangan lain, seperti juga produk media massa lainnya, industri televisi tengah dihadapkan pada kemunculan media digital berbasis internet, seperti media online dan media sosial yang memberikan tawaran subtitusi produk. Dari sisi permintaan (*demand side*), pertumbuhan signifikan penggunaan internet di Indonesia dari perkiraan sebesar 55 juta di tahun 2011 menjadi 132,7 juta pada tahun 2016 (APJII, 2017), diikuti oleh kemunculan produsen informasi (*supply side*) yang menurut data Dewan Pers (2017) kini terdapat 47 ribu media di Indonesia. Dari jumlah tersebut, sekitar 44.300 merupakan media online.

Pada pasar industri media, kehadiran produk subtitusi di atas semakin memperketat peta persaingan, terutama dalam perebutan iklan sebagai sumber utama *revenue*.

Sekalipun, saat ini penguasaan media internet masih relatif kecil. Berdasarkan hasil kajian Price Waterhouse Cooper (PwC) terbaru (2017) industri televisi masih dominan, tetap paling populer. Gambaran pada tahun 2016 lalu, misalnya, proporsi iklan media internet mencapai 13,1 persen dari total seluruh iklan dalam berbagai media di negeri ini. Sementara televisi mencapai 53,6 persen. Bahkan prediksi PwC di tahun 2021, sekalipun media internet mampu meningkat menjadi 21,5 persen, televisi tetap dominan menguasai 53,8 persen belanja iklan.

Di tengah dinamika yang berlangsung, menjadi pertanyaan bagaimanakah konfigurasi struktur pasar *(market structure*) industri pertelevisian di negeri ini? Pelaku-pelaku pasar industri siapa saja yang tergolong sebagai penguasa pasar dan sebaliknya seberapa besar ruang yang tersisa bagi pelaku pasar lainnya? Demikian pula, seberapa jauh dinamika yang berlangsung turut mempengaruhi kinerja usaha *(market performance*) dari masing-masing pelaku industri pertelevisian?

Berbagai persoalan di atas menjadi pertanyaan yang menarik dikaji mengingat industri pertelevisian merupakan penggerak terbesar dari total nilai ekonomi yang disumbangkan oleh industri media di negeri ini. Dari sisi belanja iklan nasional, misalnya, kajian Nielsen Advertising Expenditure (2016) terhadap 15 stasiun televisi, 98 koran, serta 120 majalah dan tabloid, menunjukkan total belanja iklan di televisi dan media cetak sudah mencapai Rp 134,8 triliun. Suatu jumlah yang tergolong signifikan, yang proporsi mencapai 1 persen Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.

Di sisi lain, sebagai media komunikasi, pertelevisian merupakan media yang paling banyak dijangkau oleh penduduk negeri ini. Dengan potensi penetrasi hingga lebih dari 90 persen wilayah di negeri ini, televisi potensial menjadi media komunikasi yang paling signifikan mempengaruhi kehidupan masyarakat, baik kehidupan sosial ekonomi maupun politik (Ishadi, 2002; Kitley, 2003; Hollander, dkk, 2009).

Besarnya kapital yang dikelola dan begitu pula terhadap pengaruh sosial politik yang ditimbulkannya, menjadikan keberadaan dan fungsi penyiaran pertelevisian sangat strategis di negeri ini. Sisi strategis ini pula yang menjadi daya tarik bagi tiap-tiap pelaku industri untuk berkecimpung dalam bisnis pengelolaan televisi.

Kendala teknis sumber daya frekuensi (*technical barrier to entry*) membuat praktik pengelolaan industri pertelevisian (penyiaran) bersifat terbatas. Tidak seperti karakteristik industri media lainnya, limitasi sumber daya frekuensi industri televisi berimplikasi pada keterbatasan peluang kepemilikan dan pengelolaan. Hanya dalam praktik industri, keterbatasan sumber daya frekuensi tidak selalu berkonsekuensi pada keadilan dan pemerataan kepemilikan dan pengelolaan.

Fakta menunjukkan terjadi pengintegrasian kepemilikan media baik secara horisontal, vertikal, maupun diagonal. Grup Global Mediacom, misalnya, membawahi Grup MNC yang mengoperasionalkan stasiun televisi RCTI, Global TV, MNCTV, dan Inews TV. Grup Elang Mahkota Teknologi (EMTEK) membawahi Grup Surya Citra Media yang mengendalikan operasional SCTV dan

Indosiar. Begitu pula Grup Visi Media Asia termasuk di dalamnya Intermedia Capital yang mengelola ANTV dan TVOne atau Grup Trans Media atau CT Corp dengan TRANS TV serta TRANS7.

Di luar grup korporasi media tersebut juga masih terdapat beberapa grup korporasi media lainnya, seperti Grup Kompas Gramedia, Grup Jawa Pos, dan lainnya yang turut mengembangkan kapital media yang dikuasai ke dalam bentuk kapital media pertelevisian. Secara keseluruhan di Indonesia, dalam kajian Lim (2012) dan Nugroho, Putri, dan Laksmi (2012), terdapat 12 hingga 13 kelompok media besar yang mengendalikan hampir semua kanal media, baik penyiaran, cetak, dan media online.

Pada kajian ekonomi industri media, pengintegrasian kepemilikan media, baik secara horisontal, vertikal, maupun diagonal dapat dibaca sebagai bagian dari strategi pengkonsolidasian kapital dalam upaya penguasaan pasar dan penciptaan surplus nilai produksi atau profit (Picard, 1989; Albaran, 1996, 2010). Konsep ekonomi politik media menunjukkan bahwa pengintegrasian tidak lebih sebagai suatu langkah spasialisasi yaitu suatu upaya korporasi dalam menguatkan rentang kendali terhadap ruang dan waktu (Mosco, 1996, 2009). Knoche (1989) dalam era perubahan teknologi saat ini menganggapnya sebagai bagian dari praktik kapitalisme industri media yang tengah bertransformasi secara struktural ke dalam format universalisme media.

Dampak dari universalisme media ataupun pengintegrasian kepemilikan mendorong terbentuknya struktur pasar industri media yang semakin distortif (Picard, 1989; Albaran, 1996). Pola kompetisi dalam struktur pasar industri yang terbentuk menjadi semakin terkonsentrasi pada kekuatan grup korporasi terintergratif, persaingan menjadi tidak kompetitif dan bergerak menjadi semakin oligopolistik. Dengan perkataan lain, universalisme media yang kini tengah berlangsung justru membangun *entry barrier* yang tidak memberikan ruang bagi para pelaku industri lain untuk menikmati transaksi pasar industri secara sehat dan berkeadilan.

Pada konteks semacam ini, menjadi signifikan ditelaah bagaimana struktur pasar dan kinerja pasar industri pertelevisian yang terbentuk saat ini di tengah berbagai upaya pengintegrasian kepemilikan media maupun tekanan ekonomi yang berlangsung.

Berdasarkan pemaparan latar belakang, tujuan penelitian ini adalah untuk memaparkan bagaimana masing-masing grup korporasi media penyiaran di negeri ini saling bersaing dan berupaya menguasai pasar industri media

Metode Penelitian

Pada kajian ini, perspektif ekonomi industri media menjadi pijakan dalam mendeskripsikan dan mengekplorasikan kondisi ekonomi industri pasar pertelevisian di negeri ini. Sebanyak 15 stasiun penyiaran televisi yang selama ini tergolong signifikan dalam penguasaan pasar iklan dan audiens nasional dikaji. Seluruh pelaku industri tersebut (kecuali TVRI sebagai televisi publik) tergabung dalam 8 (delapan) grup kepemilikan media, yaitu: Grup Global Mediacom termasuk di dalamnya Grup MNC (RCTI, Global TV, MNCTV, Inews TV), Grup Elang Mahkota Teknologi

termasuk di dalamnya Grup Surya Citra Media (SCTV, Indosiar), Grup Visi Media Asia termasuk di dalamnya Intermedia Capital (ANTV, TVOne), Grup Trans Media atau CT Corp (TRANS TV, TRANS7), Grup Media (METRO TV), Grup Kompas Gramedia (Kompas TV), Grup Rajawali Corporation (RTV), dan Grup Indika (NET).

Mengkaji karakteristik pasar industri media digunakan pendekatan analisis kuantitatif yang bersandar pada *Industrial Organization* (IO theory). Analisis ekonomi media semacam ini dilakukan untuk mencermati kondisi *Market Structure-Market Conduct-Market Performance* (SCP). Melalui model analisis ini, fokus kajian pada bagaimana suatu satuan unit bisnis (grup korporasi media pertelevisian) sebagai pelaku industri media menentukan strategi dan kebijakan industrialnya (*market conduct*) dalam merespons struktur pasar industri yang terbentuk (*market concentration* dan *market competition*), dan bagaimana strategi dan kebijakan yang diterapkan itu pada akhirnya turut membentuk struktur pasar industri media (Albarran, 1996, 2002; 2010:29-41; Young, 2000; Wirth & Bloch, 1995). Konsepsi pasar industri media yang dimaksud merujuk pada karakteristik pasar industri media yang terdiri dari pasar audiens dan pasar iklan (Picard, 1989).

Pencermatan terhadap Market Structure industri media televisi digunakan model pengukuran pola konsentrasi pasar (*market concentration*) dan kompetisi pasar (*market competition*). Pengukuran Rasio Konsentrasi (*Concentration Ratio*) digunakan dengan menghitung penguasaan pasar empat pelaku besar industri (CR4) (Albarran & Mierzejewska, 2004:2-4). Khusus terhadap kinerja pasar (*market performance*) dilakukan pengukuran terhadap kinerja pertumbuhan (*growth*) dan profitabilitas (*profitability*) usaha yang dijalankan.

Berdasarkan analisis terhadap struktur pasar industri media pertelevisian, baik pasar audiens (*share* audiens tahunan masing-masing stasiun televisi) dan periklanan (pencatatan tahunan belanja iklan media setiap televisi) kajian ini menempatkan tiga pelaku industri (*the big three*), yaitu Grup MNC, Grup Elang Mahkota Teknologi, dan Grup Visi Media Asia menjadi penguasa pasar. Selanjutnya, dari ketiga grup korporasi tersebut dianalisis kinerja keuangan korporasinya.

Data terkait dengan *share* audiens maupun belanja iklan tiap-tiap stasiun televisi diperoleh dari pencatatan Nielsen sepanjang tahun analisis. Data berupa kinerja keuangan tiap-tiap pelaku industri seperti besaran dan pertumbuhan aset, *revenue*, hingga profit yang dihimpun dari laporan tahunan dan keuangan perusahaan (teraudit) dengan periode semenjak tahun 2011 hingga 2017.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Semenjak kebijakan *Open Sky* pertelevisian 1986 digulirkan, dinamika ekonomi industri pertelevisian semakin semarak. Kebijakan yang membuka ruang penyelenggaraan siaran pertelevisian melalui satelit dan jaringan kabel tersebut mengijinkan kehadiran pihak swasta sebagai penyelenggaran penyiaran televisi. (Armando, 2016; Kitley, 2003; Ishadi, 2002; Sen & Hill, 2000).

Pertimbangannya, dengan membuka ruang penyelenggaraan pertelevisian selain

yang dikelola pemerintah maka ekonomi yang akan semakin bergairah. Acuannya, pertama, teknologi satelit yang digunakan dalam pendistribusian siaran televisi akanmemicu penciptaan konsumen media pertelevisian yang diikuti oleh peningkatan penggunaan dan penjualan pesawat televisi di seluruh negeri. Kedua, kebijakan dikeluarkanbersamaan dengan situasi bisnis dalam negeri yang tengah meningkat pesat. Industri media pun ikut dipastikan merasakannya terkait dengan ruang iklan yang disediakan. Ketiga, kebijakan tersebut mengundang ketertarikan para pebisnis nasional dalam membangun pasar industri baru sekaligus mencegah investor asing memasuki pasar pertelevisian nasional (Sen & Hill, 2000:114).

Hasil kebijakan tersebut, antara tahun 1989 hingga 1995 muncul gelombang pertama pertelevisian swasta komersil, sejalan dengan kehadiran RCTI (1987), SCTV (1989), TPI (1990) selanjutnya menjadi MNCTV (2010), ANTV (1993), dan Indosiar (1995). Kehadiran lima stasiun tersebut diikat dengan beragam peraturan, antara lain kehadiran stasiun penyiaran televisi swasta dimaksudkan pula sebagai pendukung UUD 1945, Pancasila, pembangunan nasional, dan pencegahan penyiaran bersinggungan dengan doktrin Suku, Agama, Ras, dan Antar-golongan (SARA). Sebagian dari *revenue* iklan dikontribusikan pada TVRI. Tidak dapat menyelenggarakan siaran berita (hanya TVRI). Para pemegang ijin penyiaran televisi komersil tersebut saat itu diberikan pada para pebisnis yang tergolong keluarga atau memiliki kedekatan dengan Presiden Suharto (Hollander, dkk, 2009:41; Armando 2016:141-162)

Perubahan rezim pemerintahan Presiden Soeharto 1998 mengubah tatanan dan regulasi industri media. Perijinan pendirian media cetak (SIUPP) dihilangkan (1998), Departemen Penerangan sebagai regulator dan pengontrol kehidupan media dibubarkan (1999), kemunculan undang-undang baru mengenai pers (UU 40 Tahun 1998) dan undang-undang penyiaran (UU 32 Tahun 2002) memberikan ruang kebebasan pendirian media. Industri pertelevisian turut menikmati liberalisasi tersebut. Di antara tahun 2000-2002 muncul lima stasiun televisi baru: Metro TV (2000), Global TV (2001), Lativi (2001) diakuisisi Grup Bakrie, berganti nama menjadi TVOne (2008), Trans TV (2001), TV7 (2001) yang selanjutnya merger dengan grup Trans, berubah nama menjadi Trans7 (2006).

Sejalan dengan kemunculan televisi berjaringan dengan frekuensi lokal, pelaku baru industri pertelevisian bermunculan. Grup Kompas Gramedia, setelah sebelumnya melepas TV 7 pada Grup Trans Corp, tahun 2011 meluncurkan Kompas TV. Grup Jawa Pos yang menguasai perijinan televisi lokal mengudarakan Jawa Pos TV. Grup Rajawali Corpora tahun 2012 mengambil alih TV lokal B-Channel dan mengubah RTV (2014). Grup Indika yang sebelumnya pernah tercatat sebagai salah satu pemegang saham SCTV, mengambil alih TV anak Spacetoon dan menggantinya menjadi NET TV (2013).

Pada perjalannnya, sebagian stasiun televisi beralih kepemilikan dan sebagian lainnya tergolong agresif didalam mengembangkan bisnis melalui ekspansi kapital yang terintegrasi secara horizontal, vertikal, maupun

diagonal (*cross media integration*). Kini, setidaknya terdapat 15 stasiun televisi yang tergolong signifikan keberadaannya.

Jika dicermati lebih jauh, di balik upaya pengembangan kapital media masing-masing grup korporasi tersebut, terdapat dinamika persaingan di dalam penguasaan pasar audiens penonton dan iklan. Namun, berdasarkan pada penguasaan pasar audiens dan iklan, dari keseluruhan grup korporasi media yang bersaing, tampak hanya tiga grup korporasi yaitu Grup Global Mediacom, Elang Mahkota Teknologi, dan Visi Media Asia, yang sejauh ini dominan (Tabel 1).

Pada tahun 2016, melalui seluruh televisi yang dikendalikannya, ketiga grup korporasi media tersebut mampu menguasai hingga 75 persen penonton televisi. Porsi terbesar dikuasai oleh Grup Global Mediacom, sebesar 35 persen, diikuti oleh Grup EMTEK (22,8 persen), dan Grup Visi Media Asia (17,3 persen). Besarnya penguasaan ketiga grup korporasi media tersebut dari waktu ke waktu tampak semakin membesar. Pada tahun 2012, ketiganya masih menguasai sebesar 70 persen. Adanya peningkatan proporsi penguasaan tersebut, struktur pasar audiens industri pertelevisian negeri ini tampak sangat

Tabel 1. Proporsi Penguasaan Pasar Audiens Grup Korporasi Televisi

No		Grup Korporasi dan Stasiun Televisi	Audience Share (%)				
			2012	2013	2014	2015	2016
I		Grup Global Mediacom					
	1	RCTI	15,5	17	14,3	15,2	17,7
	2	MNC TV	13,4	10,8	9,1	10,3	10,4
	3	GLOBAL	6,7	7	5,9	6,4	5,2
	4	INEWS TV	0	0	0	0,8	1,7
		Total	**35,6**	**34,8**	**29,3**	**32,7**	**35,0**
II		Grup Elang Mahkota Teknologi					
	1	SCTV	14,9	15,9	16,2	14,4	11,5
	2	INDOSIAR	9,5	8,2	11,3	12,3	11,3
		Total	**24,4**	**24,1**	**27,5**	**26,7**	**22,8**
III		Grup Visi Media Asia					
	1	ANTV	6,9	6,7	11,2	11,4	14
	2	TVONE	3,8	4,3	4,5	3,5	3,3
		Total	**10,7**	**11,0**	**15,7**	**14,9**	**17,3**
IV		Grup Trans Media					
	1	TRANS7	11,9	10,8	7,9	7,5	7,7
	2	TRANS	11,2	12	10,3	7,1	5,9
		Total	**23,1**	**22,8**	**18,2**	**14,6**	**13,6**
V		Grup Media Lainnya					
	1	NET	0	0,7	1,5	2,9	3,2
	2	METRO	2,1	2	2,6	2,3	1,9
	3	RTV	0	0	0,7	1,2	1,5
	4	KOMPAS TV	0	0	0,5	0,9	1,4
	5	TVRI	0,9	1,2	1,3	1,3	1,2
		Total	**3,0**	**3,9**	**6,6**	**8,6**	**9,2**

(Sumber: Diolah penulis dari data Nielsen Media 2012-2016)

terkonsentrasi (*high concentration*) dan pola persaingan yang terbentuk kurang kompetitif, cenderung bersifat oligopolistik.

Kondisi yang tidak berbeda pada pasar iklan pertelevisian. Penguasaan ketiga grup korporasi media tersebut tampak dominan. Penguasaan ketiganya juga mencapai 75 persen. Grup Global Mediacom tahun 2016 lalu menguasai hingga 34,4 persen, diikuti oleh Grup Emtek (24 persen), dan Grup Visi Media Asia (17 persen). Pelaku utama industri televisi lainnya, seperti Grup Trans Corp masih menguasai hingga 16 persen dan grup media lainnya masih tergolong kurang signifikan, total di bawah 10 persen (Tabel 2).

Apabila penguasaan audiens ketiga grup korporasi media tersebut dari waktu ke waktu semakin membesar, dari sisi pasar iklan relatif tetap pada kisaran 74-78 persen. Dengan besaran tersebut, struktur pasar iklan industri pertelevisian terlihat sangat terkonsentrasi (*high concentration*) dan pola persaingan yang tidak kompetitif, cenderung bersifat oligopolistik.

Kondisi pasar audiens dan iklan yang terbentuk kurun lima tahun terakhir ini

Tabel 2. Penguasaan Pasar Iklan Grup Korporasi Televisi

No	Grup Korporasi dan Stasiun Televisi	Share Penerimaan Iklan (%)				
		2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
I	Grup Global Mediacom					
1	RCTI	15,9	15,9	15,0	15,0	15,0
2	MNC TV	14,2	14,9	13,6	12,2	11,2
3	GLOBAL	7,8	7,0	8,3	7,8	7,2
4	INEWS TV	0,0	0,0	0,0	0,5	0,9
	Total	**37,9**	**37,9**	**36,8**	**35,5**	**34,3**
II	Grup Elang Mahkota Teknologi					
1	SCTV	13,6	14,3	12,8	12,9	12,9
2	INDOSIAR	9,2	9,7	9,2	10,4	11,1
	Total	**22,8**	**24,0**	**22,0**	**23,3**	**24,0**
III	Grup Visi Media Asia					
1	ANTV	8,2	8,5	10,4	9,6	10,7
2	TVONE	7,0	7,3	7,7	6,5	6,3
	Total	**15,2**	**15,8**	**18,1**	**16,1**	**17,0**
IV	Grup Trans Media					
1	TRANS7	10,5	9,8	7,8	7,9	8,3
2	TRANS	9,6	8,7	8,1	6,5	7,6
	Total	**20,2**	**18,5**	**15,8**	**14,4**	**15,9**
V	Grup Media Lainnya					
1	NET	0,0	0,1	0,5	1,6	1,6
2	METRO	3,7	3,5	4,7	5,0	3,9
3	RTV	0,0	0,0	1,0	1,7	1,5
4	KOMPAS TV	0,0	0,0	0,9	2,3	1,7
5	TVRI	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
	Total	**3,9**	**3,8**	**7,2**	**10,7**	**8,8**

Keterangan: Belanja iklan berdasarkan Gross Rate Card

Sumber: Diolah dari data Nielsen Media 2012-2016

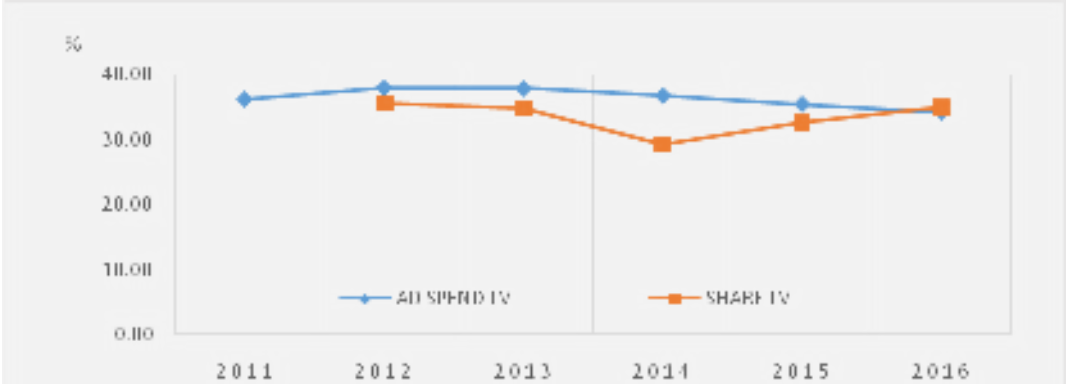
menarik dicermati. Perlambatan kondisi perekonomian nasional yang diikuti oleh penurunan laju pertumbuhan iklan pertelevisian beberapa tahun terakhir ini ternyata tidak mampu mengubah struktur pasar yang terbentuk. Bahkan, berdasarkan pada kedua kondisi pasar pertelevisian di atas, penguasaan tiga grup pelaku pasar menjadi semakin dominan dan membuat pola persaingan pasar menjadi semakin tidak kompetitif.

Sekalipun struktur pasar pertelevisian terlihat kurang kompetitif, terkuasai oleh sedikit grup korporasi, tidak berarti ruang penguasaan pasar tertutup rapat. Jika diamati, dinamika persaingan di antara para pelaku pasar terjadi terutama pada tahun-tahun terakhir ini. Demikian pula jika diamati pola penguasaan pasar dan kinerja dari masing-masing pelaku pasar, termasuk tiga grup korporasi penguasa industri televisi, beberapa tahun belakangan ini tampak dinamis.

Grup Global Mediacom, sekalipun selama ini terlihat sebagai pemimpin pasar industri pertelevisian, semenjak tahun 2012 hingga kini dihadapkan pada kecenderungan penurunan proporsi penguasaan iklan. Kondisi tersebut semakin menjadi ancaman tatkala upaya yang dilakukan selama ini dalam meningkatkan *share* audiens (semenjak tahun 2014) tidak berbuah pada peningkatan proporsi iklan mereka (Gambar 1).

Kecenderungan proporsi penurunan iklan semakin dikuatkan dengan kinerja keuangan grup korporasi ini. Jika sebelumnya grup ini mampu mewujudkan peningkatan aset, *revenue*, hingga profit dari waktu ke waktu, namun semenjak tahun 2014 menghadapi tekanan yang signifikan. Profit dari grup ini menurun tajam di tahun 2015. Sekalipun meningkat kembali di tahun 2016, namun belum mampu mengulang kejayaannya dalam penciptaan profit di tahun 2012. Bahkan terbaru, hingga triwulan ke-3 (September 2017), profit yang diraih baru mencapai Rp 915,1 milyar, atau baru sekitar 61 persen dari pencapaian profit sepanjang tahun 2016 lalu. Kondisi demikian mengindikasikan penurunan kinerja dibandingkan tahun 2016.

Penurunan profit disebabkan oleh pendapatan usaha grup ini yang juga merosot semenjak tahun 2014 dan demikian juga dengan besaran aset yang menurun semenjak



Gambar 1. Proporsi Penguasaan Audiens dan Iklan Grup Global Mediacom
Sumber: Diolah dari data Nielsen Media 2011-2016

tahun 2015. Salah satu sumber penurunan disebabkan oleh unit usaha pertelevisian berbasis pelanggan (PT MNC Sky Vision Tbk), khususnya kinerja beberapa televisi berlangganan (Indovision, Okevison, Top TV). Data laporan keuangan perusahaan menunjukkan kerugian pada catatan rugi-laba korporasi.

Melalui berbagai kondisi yang dialaminya, bisnis pertelevisian grup Global Mediacom menjadi tidak lagi semenarik beberapa tahun sebelumnya. Perhitungan berbagai rasio finansial, misalnya, menunjukkan tingkat pengembalian aset dari keuntungan yang diraih menjadi semakin panjang, kewajiban yang dipikul menjadi semakin besar dibandingkan jumlah aset yang dimiliki, serta profit margin yang semakin mengecil dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Tabel 3).

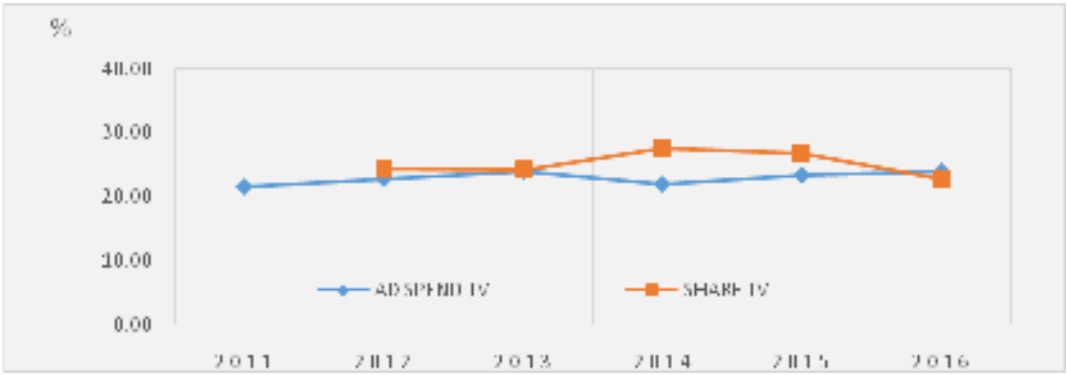
Apabila Grup Global Mediacom tengah dihadapkan pada tekanan ekonomi akibat penurunan pendapatan usaha, Grup Emtek hingga akhir tahun 2016 menunjukkan kondisi yang sedikit berbeda. Sekalipun penurunan penguasaan *share* audiens terjadi semenjak tahun 2014 namun dari sisi proporsi penguasaan pasar iklan justru periode waktu yang sama menunjukkan tren peningkatan (Gambar 2).

Pada grup ini, penurunan proporsi penguasaan audiens terbesar terjadi pada stasiun televisi SCTV. Dari proporsi penguasaan audiens sebesar 16,2 persen di tahun 2014 menjadi 11,5 persen tahun 2016. Akan tetapi, kondisi penurunan tersebut diikuti oleh kenaikan penguasaan pasar audiens oleh stasiun televisi Indosiar, yang konsisten meningkat semenjak tahun 2013.

Tabel 3. Kinerja Keuangan PT Global Mediacom Tbk 2011-2016

Kinerja Keuangan	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Aset (Milyar Rp)	15.111,6	19.995,53	21.069,47	25.365,21	26.613,97	24.624,43
Revenue (Milyar Rp)	7.162,94	8.925,42	10.019,98	10.657,15	10.572,83	10.459,64
Profit (Milyar Rp)	1.163,77	1.993,49	1.029,65	1.290,01	301,50	786,54
Return on Asset (%)	5,16	6,50	2,94	2,77	0,26	0,83
Total Liabilities to Assets	0,28	0,29	0,37	0,37	0,42	0,44
Net Profit Margin (%)	10,88	14,55	6,19	6,60	0,66	1,95

Sumber: Diolah dari Laporan Tahunan teraudit PT Global Mediacom Tb (2011-2017)



Gambar 2. Proporsi Penguasaan Audiens dan Iklan Grup Emtek
Sumber: Diolah dari data Nielsen Media 2011-2016

Tabel 4. Kinerja Keuangan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk 2011-2016

Kinerja Keuangan	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Aset (Milyar Rp)	7.135,05	10.177,89	12.825,63	19.888,68	17.500,27	20.965,15
Revenue (Milyar Rp)	4.136,53	4.681,03	5.792,49	5.983,94	4.783,00	5.354,49
Profit (Milyar Rp)	738,04	1.029,49	1.473,53	1.488,85	1.821,72	731,09
Return on Asset (%)	8,50	7,80	8,00	5,50	7,60	8,50
Total Liabilities to Assets	0,33	0,23	0,27	0,18	0,12	0,33
Net Profit Margin (%)	14,70	16,90	17,80	18,30	20,70	14,70

Sumber: Diolah dari Laporan Tahunan teraudit PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (2011-2017)

Dari sisi kinerja keuangan, pelemahan ekonomi juga dialami oleh grup ini, khususnya pada tahun 2015. Saat itu, pendapatan usaha menurun. Aset yang dikelola pun menurun. Setahun selanjutnya (2016), perbaikan kondisi terjadi. Peningkatan pendapatan dan aset berlangsung, sekalipun besaran profit yang diraih masih lebih rendah dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Dengan kinerjanya itu, managemen terlihat cukup efisien memanfaatkan aset yang dimiliki untuk mendatangkan keuntungan. Begitu pula dengan tanggungan kewajiban yang dipikul dibandingkan dengan besaran aset masih relatif kecil.

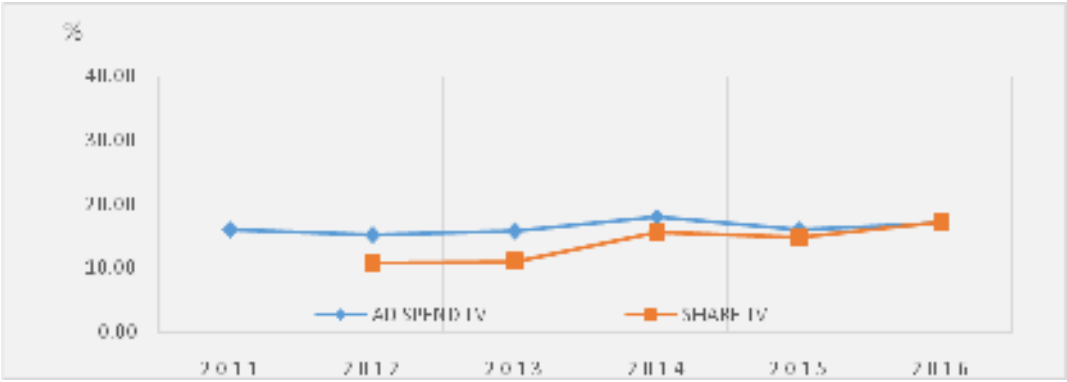
Akan tetapi, kondisi terkini menunjukkan profit yang cenderung semakin menurun. Hingga triwulan ke-3 (September 2017) profit yang diciptakan baru sebesar Rp 464 milyar, atau 63 persen dari perolehan sepanjang tahun 2016 lalu. Hingga akhir tahun 2017 ini, tampaknya cukup berat untuk menyamakan kinerja keuangan dengan pencapaian 2016 lalu.

Dibandingkan dengan kedua grup korporasi di atas, Grup Visi Media Asia memiliki kondisi yang agak berbeda. Grup korporasi ini semenjak tahun 2011 lalu mencatatkan peningkatan penguasaan pasar audiens dan pasar iklan secara bersamaan.

Dari dua stasiun televisi yang mereka kuasai, ANTV menjadi penyumbang terbesar sejalan dengan keberhasilan dalam meramu konten tayangan televisi bagi masyarakat. Pada tahun 2012 lalu, *share* audiens ANTV masih tercatat sebesar 6,9 persen dan mendudukkan stasiun televisi ini pada urutan ke-5, setelah RCTI, SCTV, MNC TV, dan Indosiar. Semenjak tahun 2014 hingga meningkat secara konsisten dan pada tahun 2016 mampu meraih share audiens 14 persen, menduduki urutan kedua setelah RCTI. Bahkan, paruh awal 2017 menjadi market leader, menggeser RCTI.

Kondisi yang berbeda pada stasiun TVOne, televisi yang sebelumnya mengkhususkan siarannya pada tayangan berita. Sekalipun tercatat sebagai pemimpin pasar penonton televisi berita, namun semenjak tahun 2012 hingga kini TVOne belum memberikan kontribusi yang signifikan bagi kehidupan bisnis Grup Visi Media Asia.

Pelemahan kondisi ekonomi turut berpengaruh terhadap kinerja grup Visi Media Asia, terutama tercermin dalam penurunan nilai iklan yang diraih setahun terakhir. Namun, jika dilihat dari *share* penguasaan pasar iklannya, justru menunjukkan sedikit peningkatan (Gambar 3).



Gambar 3. Proporsi Penguasaan Audiens dan Iklan Grup Visi Media Asia
Sumber: Diolah dari data Nielsen Media 2011-2016

Sekalipun menunjukkan peningkatan penguasaan pasar audiens dan pasar iklan, Grup Visi Media masih menyimpan berbagai kendala dalam pengelolaan keuangan. Kondisi demikian tergambarkan dalam kinerja keuangan grup ini, terlebih jika dibandingkan dengan kondisi Grup Global Mediacom dan Emtek. Dari sisi aset dan revenue, Grup Visi Media Asia memang berhasil mencatatkan peningkatan dari tahun ke tahun. Hanya, dari sisi profit tergolong fluktuatif. Pada tahun 2015, grup ini mencatatkan kerugian sebesar Rp 482 milyar. Namun setahun berikutnya, mampu meningkatkan profit sebesar Rp 477 milyar. Catatan terakhir, hingga akhir Juni 2017, grup ini membukukan profit sebesar Rp 243,8 milyar (Tabel 5).

Mencermati berbagai perhitungan rasio kinerja keuangannya, terlihat besarnya beban ekonomi yang ditanggung Grup Visi Media Asia. Kemampuan manajemen tahun-tahun terakhir dalam menciptakan profit dari modal yang dikelola relatif kecil. Di sisi lain, kewajiban yang harus ditanggung korporasi media ini relatif besar jika dibandingkan dengan aset yang dikuasai. Kendati demikian, tahun 2016 net profit marjin yang dihasilkan terbesar dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Adanya kondisi seperti ini, segenap performa positif yang berhasil diciptakan harus terbebani oleh kewajiban finansial yang juga besar.

Ketiga grup korporasi media televisi di atas kini tetap menjadi penguasa pasar audiens dan iklan pertelevisian dengan penguasaan total hingga 75 persen. Lima tahun terakhir, proporsi penguasaan pasar relatif tidak tergantikan, tetap terkonsentrasi pada ketiga pelaku. Berdasarkan hal

Tabel 5. Kinerja Keuangan PT Visi Media Asia Tbk 2011-2016

Kinerja Keuangan	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Aset (Milyar Rp)	2.417,60	2.993,40	5.303,08	6.156,44	6.206,14	6.836,55
Revenue (Milyar Rp)	992,60	1.214,40	1.674,37	2.272,68	2.108,74	2.685,71
Profit (Milyar Rp)	26,30	72,90	105,79	173,47	-482,29	477,00
Return on Asset (%)	0,10	2,40	1,99	2,34	-8,25	5,98
Total Liabilities to Assets	0,34	0,44	0,61	0,57	0,65	0,62
Net Profit Margin (%)	2,65	5,83	6,32	6,35	-24,27	15,22

Sumber: Diolah dari Laporan Tahunan teraudit PT Visi Media Asia Tbk (2011-2017)

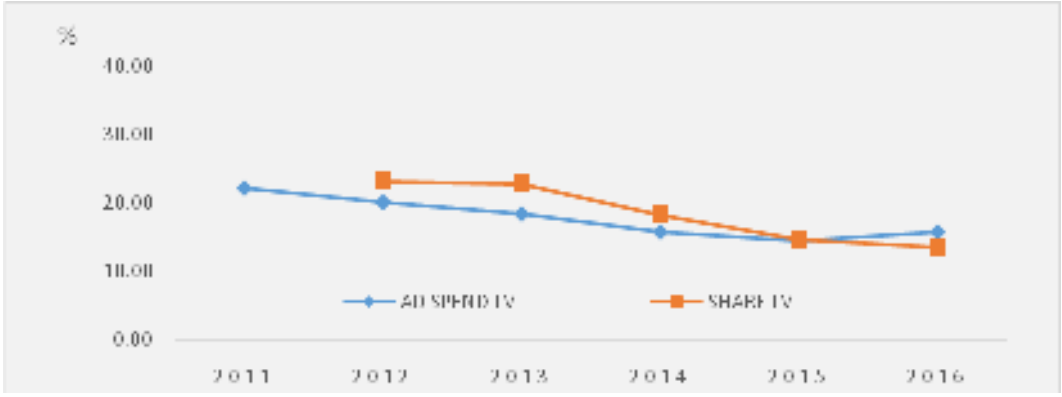
tersebut, pelemahan laju perekonomian tidak mengubah struktur pasar yang terbentuk. Struktur pasar pertelevisian yang sangat terkonsentrasi tersebut hanya menyisakan sedikit ruang bagi para pelaku industri media lainnya, lima grup korporasi media, untuk bersaing dalam penguasaan pasar.

Di antara kelima grup korporasi media, Grup Trans Media (CT Corp) paling tergolong signifikan pola penguasaan pasarnya. Pengendalian terhadap Trans TV dan Trans7, sepanjang tahun 2016 grup ini mampu menguasai hingga 13,6 persen pasar audiens dan 15,9 persen pasar iklan. Akan tetapi, besaran proporsi yang dikuasai Grup Trans Media tersebut dapat dibaca sebagai suatu persoalan bagi grup ini. Dikatakan demikian, oleh karena jika ditelusuri sepanjang lima tahun terakhir, terjadi penurunan *share* audiens dan iklan. Sebagai gambaran, tahun 2011-2012 lalu grup ini mampu menguasai *share* audiens dan iklan di atas 20 persen (Gambar 4).

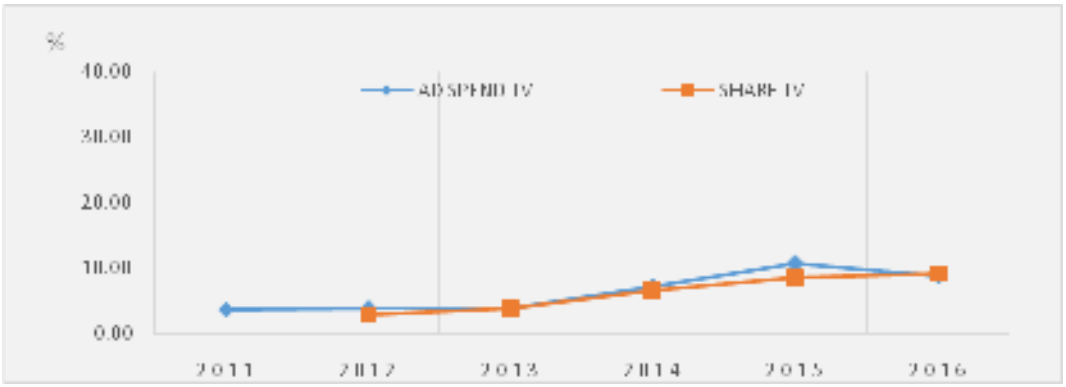
Baik Trans TV maupun Trans 7 memiliki kinerja yang relatif mirip, keduanya mengalami penurunan. Penurunan kedua stasiun televisi tersebut menjadi persoalan bagi grup ini, mengingat pada masa sebelumnya performa Trans TV dan Trans 7 tergolong tinggi, sempat berada pada posisi lima besar. Saat ini kedua televisi tersebut hanya mampu berada pada urutan tujuh besar.

Penguasaan dominan oleh keempat grup korporasi di atas, menimbulkan pertanyaan bagaimana dengan kinerja pasar grup media lainnya? Pasar media pertelevisian hanya menyisakan sekitar 10 persen saja audiens *share* dan iklan televisi. Porsi tersebut diperebutkan oleh para pelaku pasar yang terbilang baru dalam industri pertelevisian. Menariknya, sekalipun tampak kecil proporsi yang dikuasai, namun dari waktu ke waktu cenderung terjadi peningkatan (Gambar 5).

Peningkatan yang tergolong signifikan terjadi pada stasiun TV NET, RTV, dan Kompas TV. Pada saat kemunculannya, NET masih menguasai di bawah satu persen *share* audiens, namun saat ini beranjak menjadi sekitar tiga persen. Sementara, RTV dan Kompas TV sekalipun meningkat namun masih di bawah kisaran dua persen. Selain *share* audiens, ketiga stasiun TV pun juga mengalami peningkatan iklan, termasuk setelah melampaui pelemahan ekonomi di tahun 2015.



Gambar 4. Proporsi Penguasaan Audiens dan Iklan Grup Trans Media
Sumber: Diolah dari data Nielsen Media 2011-2016



Grafik 5. Proporsi Penguasaan Audiens dan Iklan Grup Media Lainnya
Sumber: Diolah dari data Nielsen Media 2011-2016

Kondisi yang berbeda terjadi pada pelaku lama industri, Metro TV. Sepanjang lima tahun terakhir, televisi yang mengkhususkan pada pemberitaan tersebut tidak mengalami peningkatan kinerja. Bahkan beberapa tahun terakhir, cenderung menurun. Tahun 2016, porsi penguasaan *share* audiens di bawah dua persen, tidak banyak berbeda dengan kinerja televisi publik, TVRI. Proporsi penguasaan iklan pun menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Saat ini, hanya mampu menguasai hingga empat persen dari total belanja iklan pertelevisian.

Dinamika pasar yang berlangsung dalam kehidupan industri media pertelevisian di atas mengonfirmasikan kekuatan kapital dan sirkulasinya yang sejauh ini belum tergantikan. Sebagaimana kapital yang dikonsepsikan Marx (1867, 1992), proses pengakumulasian terus-menerus berlangsung yang didasarkan pada penciptaan surplus nilai produksi. Kapital yang didayagunakan dalam industri pertelevisian sejauh ini masih memberikan surplus nilai yang memampukan masing-masing pelaku pasar untuk lebih mengakumulasikannya dalam bentuk-bentuk kapital media baru.

Pola pengakumulasian kapital yang berlangsung berjalan dalam perluasan kepemilikan media sebagai bagian dari pengintegrasian kepemilikan, baik secara horisontal, vertikal maupun diagonal. Pengintegrasian kepemilikan semacam ini terbukti menjadi senjata ampuh bagi persaingan. Sebagaimana dipaparkan di atas, dinamika persaingan yang terbentuk dalam pasar industri pertelevisian di negeri ini tergolong ketat yang melahirkan beberapa perubahan penguasaan pasar iklan maupun audiens. Begitu pula, pelemahan kondisi perekonomian membuat tekanan terhadap pasar industri. Akan tetapi, sejalan dengan pengintegrasian kepemilikan yang membentuk grup-grup korporasi media besar, perubahan-perubahan tersebut menjadi kurang signifikan dirasakan. Tiga grup korporasi media dengan kepemilikan berbagai stasiun televisi berhasil mempertahankan pola penguasaan pasar industri.

Berdasarkan besaran porsi penguasaan pasarnya, dominasi ketiga grup korporasi media sulit tergantikan. Pada konsepsi ekologi media (Dimmick, 2003:39), ketiga grup media tersebut tergolong memiliki *competitive superiority* yang kuat hingga mampu menjaga porsi penguasaan pasar industri media. Sekalipun dalam beberapa pelaku industri terdapat peningkatan porsi penguasaan pasar

sebagaimana yang ditunjukkan oleh NET, RTV, dan Kompas TV, namun masih tergolong kecil dan kurang signifikan dibandingkan dengan porsi kekuasaan tiga grup korporasi terbesar.

Simpulan

Perlemahan kondisi perekonomian global dan nasional telah berimplikasi pada kondisi ekonomi industri pertelevisian nasional. Indikator penurunan laju pertumbuhan dan volume belanja iklan pertelevisian tahun-tahun belakangan ini mengindikasikan ancaman terhadap prospek pasar industri pertelevisian nasional. Hampir sebagian besar pelaku pasar pertelevisian terdampak, sejalan dengan penurunan penerimaan *revenue* iklan mereka.

Dinamika ekonomi industri yang terjadi belum berarti mengubah konfigurasi struktur pasar yang terbentuk. Kajian ini menunjukkan, karakteristik pasar industri pertelevisian yang terbentuk, baik pasar audiens dan pasar iklan, tetap terkonsentrasi pada penguasaan tiga pelaku pasar (*the big three*) yaitu Grup Global Mediacom, Grup EMTEK, dan Grup Visi Media Asia. Konsentrasi kapital media dalam berbagai format integrasi kepemilikan media membuat ketiga grup tersebut mampu mempertahankan pasar industri yang bersifat oligopolistik. Sekalipun beberapa kinerja keuangan ketiga grup korporasi tersebut turut menurun, namun tetap menguasai hingga tiga perempat bagian pasar audiens dan iklan nasional.

Penguasaan dominan tiga grup media membangun *entry barrier* pasar industri dan cenderung membuat pola persaingan pasar semakin tidak kompetitif. Pelaku industri di luar ketiga grup tersebut hingga sejauh ini tetap tidak mampu mengambil alih peran ketiga grup tersebut. Pada perspektif keragaman kepemilikan media, realitas industri media yang sangat terkonsentrasi pada segelintir pelaku industri ini sangat potensial menjadi ancaman terhadap idealisasi demokratisasi media di negeri ini. Potensi ancaman semacam ini tidak terulas dan menjadi keterbatasan dalam kajian ini.

Daftar Pustaka

Albarran, A.B. (1996). *Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts*. Iowa: Iowa State University Press.

Albarran, A.B., & Mierzejewska, B.I. (2004). *Media Concentration in the US and Europian Union: A Comparative Analysis.* Paper Presented at the 6th World Media Economics Conference, HEC Montreal, Canada.

Armando, A. (2016). *Televisi Indonesia di Bawah Kapitalisme Global*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Dimmick, JW. (2003). *Media Competition and Coexistence-The Theory of the Niche.* London: Lawrence Erlbaum Associates.

Ed Hollander, Leen d'Haenens & Jo Bardoel (2009). Television performance in Indonesia: steering between civil society, state and market, *Asian Journal of Communication, 19:1,39-58*

Ishadi S.K. (2002). *Media dan Kekuasaan: Televisi di Hari-hari Terakhir Presiden Soeharto.* Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Kitley, P. (2003). *Television, regulation and civil society in Asia.* London, New York: Routledge Curzon.

Knoche, Manfred. (1999). The Media Industry's Structural Transformation in Capitalism and TheRole of the State: *Media Economics in the Age of Digital Communications. Triple C 14 (1)*: 1-47.

Marx, Karl. (1867, 1992). *Capital: A Critique of Political Economy: The Process of Circulation of Capital*. London: Penguin Classics

Mosco, Vincent. (1996, 2009). *The Political Economy of Communication*. London: Sage.

Picard, R.G, (1989). *Media Economics*. Beverly Hills: Sage.

Picard, R.G. (2009, 1988). Measures of Concentration in The Daily Newspaper Industry. *Journal of Media Economics, 1:1*, 61-74.

Sen, Krishna; David T.Hill. (2000). M*edia, Culture and Politics in Indonesia*. Melbourne: OxfordUniversity Press.

Wirth, M.O., & Bloch, H (1995). Industrial Organization Theory and Media Industry Analysis. *Journal of media Economics, 8 (2),* 15-26

Young, D.P.T. (2000). Modelling Media Markets: How Important is Market Structure? *Journal of Media Economics, 13*: 27-44.

Laporan Penelitian

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: Survei Internet APJII 2016. (2016). Available from *https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016*

Lim, Merlyna (2012). The League of Thirteen Media Concentration in Indonesia. Participatory Media Lab., Arizona State University & Ford Foundation.

Nugroho, Y., Putri, D.A., & Laksmi, S. (2012). Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia. Jakarta: CIPG dan HIVOS.

Price Waterhouse Coopers: Perspectives from the Global Entertainment and Media Outlook 2017–2021 (2017). Available from *https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/outlook-2017-curtain-up.pdf*

Dokumen Resmi

Badan Pusat Statistik: Indikator Strategis Nasional. (2017). Available from: https://www.bps.go.id/QuickMap?id

Laporan Keuangan Konsolidasi (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017/Q3) PT. Global Mediacom Tbk dan Entitas Anak.

Laporan Keuangan Konsolidasi (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017/Q3) PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk dan Entitas Anak.

Laporan Keuangan Konsolidasi (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017/Q2) PT. Visi Media Asia Tbk dan Entitas Anak.

Nielsen Media (2015, 1997). Media Scene 1997-2015. Jakarta: ITKP Mediatama Advertising

Artikel Surat Kabar

Basri, M.C. (2015, October 15). Kemandekan Ekonomi. Kompas, p.6.

Basri, M.C. (2016, June 16). Memacu Pertumbuhan Ekonomi. Kompas, p.6

Basri, M.C. (2017, August 1). Pembiayaan Pembangunan. Kompas, p.6.

Dewan Pers dan 47 Ribu Media di Indonesia. (2017, July 15). Available from http://news.liputan6.com/read/3023298/dewan-pers-dan-47-ribu-media-di-indonesia

DJiwandono, S. (2015, Sept 17). Tongkok, AS, dan Kita. Kompas, p.6.

Prasetyantoko, A. (2014, May 16). Pertumbuhan dan Kemandirian. Kompas, p.6.

MANAJEMEN KRISIS PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO

Siti Mawadati[1], dan Choirul Fajri[2]
Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
Jl. Pramuka 42, Sidikan, Umbulharjo, Yogyakarta 55161. Telp. (0274) 563515
Email : st_mawadati@yahoo.com[1], choirulfajri@yahoo.co.id[2]

Abstract

The development of the new airport in Temon Kulon Progo, get opposition from the community. The society, forming community groups "Wahana Tri Tunggal" to do a massive rejection.The construction of the new airport necessary to increase the number of tourists to Yogyakarta in every year. The development process is targeted to be completed in 2019. The purpose of this research is to know the crisis management of government required to resolve this problem.The type of this research is qualitative research with case study method. Various shaping data deeply researchers do, as observations in Temon Kulon Progo, interviews with the Kulon Progo's Government, PT Angkasa Pura 1, Bapeda DIY, and discussions with residents. The result of this research points to the success of the strategic crisis management by the government in land acquisition for the development of Kulon Progo's new airport. Currently, the majority of them have received the government decision to relocate their settlement. The community has hope that the new airport will be able to improve their welfare with the better life. This research gives insight into management strategies of the crisis that have been done succesfully by the government regarding land acquisition to build the new airport in Kulon Progo.

Keywords: *management, the new airport, and Kulon Progo.*

Abstrak

Rencana pembangunan bandara baru di Temon Kulon Progo, mendapatkan penolakan dari masyarakat sekitar. Masyarakat Kulon Progo, membentuk Kelompok Masyarakat Wahana Tri Tunggal untuk melakukan penolakan secara *massive*. Pembangunan bandara baru diperlukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke Yogyakarta di setiap tahunnya. Proses pembangunan ditargetkan akan selesai pada tahun 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi manajemen krisis dari pemerintah untuk menyelesaikan permasalahan penolakan rencana pembangunan bandara. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Berbagai proses pengambilan data secara mendalam peneliti lakukan, seperti: melakukan observasi di Temon Kulon Progo, melakukan wawancara mendalam dengan Pemerintah Kulon Progo, PT Angkasa Pura 1, Bapeda DIY, dan diskusi dengan masyarakat sekitar. Hasil penelitian ini, menunjukkan adanya keberhasilan dari strategi manajemen krisis yang dilakukan pemerintah dalam pembebasan lahan warga guna pembangunan bandara baru di Kulon Progo. Saat ini, mayoritas masyarakat sudah menerima baik kebijakan pemerintah untuk merelokasi pemukiman mereka. Masyarakat mempunyai harapan, agar bandara baru nantinya mampu meningkatkan kesejahteraan mereka dengan adanya kehidupan yang lebih baik. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan wawasan mengenai strategi manajemen krisis yang berhasil dilakukan oleh pemerintah dalam pembebasan lahan warga untuk membangun bandara baru Kulon Progo.

Kata kunci: manajemen krisis, bandara baru, dan Kulon Progo.

Pendahuluan

Rencana pembangunan bandara baru di Yogyakarta telah ada sejak tahun 2010 lalu, hal ini dikarenakan bandara Adisutjipto dianggap sudah tidak mampu lagi menampung banyaknya wisatawan yang berkunjung di Yogyakarta. Setiap tahunnya, Bandara Adisutjipto yang berkapasitas 1,6 juta penumpang sudah dipakai 7,2 juta orang penumpang per tahun. Sementara bandara baru ini, ditargetkan akan menampung 14 juta penumpang, bahkan tahap kedua sampai 20 juta penumpang. Hal tersebut dilakukan, untuk meningkatkan jumlah wisatawan di

Yogyakarta hingga 20 juta wisatawan/setiap tahunnya.

Sementara itu menurut Presiden Indonesia, kehadiran bandara ini sudah direncanakan sejak 6-7 tahun yang lalu. "Saat Gubernur DIY menemui saya, saya sampaikan segara kita mulai bersama-sama (pembangunan bandara ini). Setiap pekerjaan apapun, pasti ada resikonya. Kalau tidak diputuskan maka akan mundur dan tak akan selesai sampai kapanpun", tegas presiden.

Dari kebijakan yang telah diambil pemerintah tersebut, kemudian berbagai proses dilakukan untuk mengimplementasikan pembangunan bandara baru di Kulon Progo. Proses pertama yang dilakukan, adalah dengan memilih lokasi yang sesuai. Ada beberapa alternatif lokasi, seperti: Selomartani Sleman, Gading Airport Gunung Kidul, Gadingharjo Bantul, Bugel Kulon Progo, Temon Kulon Progo, dan Bulak Kayangan Kulon Progo. Dari proses survei yang dilakukan, akhirnya dipilihnya Temon di Kulon Progo yang menjadi lokasi bandara baru. Temon Kulon Progo, dianggap lokasi yang paling representatif dibandingkan daerah lainnya. Luas lahan yang mencukupi untuk sebuah bandara dengan konsep airport city, dan kepadatan penduduk yang tidak terlalu tinggi menjadi faktor utama pemilihan lokasi di Temon.

Di dalam pembangunan bandara ini, proses paling sulit yang dilakukan adalah relokasi lahan masyarakat. Banyak diantara masyarakat yang merasa keberatan untuk direlokasi. Pro konta pun tidak dapat dihindarkan dalam hal ini. Masyarakat berdampak, kemudian membentuk Kelompok Masyarakat Wahana Tri Tunggal. Mereka melakukan penolakan keras, terhadap pembangunan bandara baru tersebut. Berbagai aksi, seperti demontrasi, pengerusakan sarana-prasarana mereka lakukan, untuk menolak pembangunan bandara ini. Alasan mereka sederhana, yakni tidak mau dipindah karena takut tidak bisa mendapatkan hidup yang lebih baik setelah kehilangan mata pencahariannya, mengingat mereka sudah terbiasa bercocok tanam di sana.

Berdasarkan hal tersebut, sudah selayaknya memang pemerintah membuat program pemberdayaan masyarakat yang nantinya menjembatani kelangsungan hidup warga berdampak ini. Dalam sebuah kesempatan Sekretaris Daerah (Sekda) Kulon Progo-Budi Wibowo, mengakui memang sampai sekarang konsep pemberdayaan masyarakat yang terkena dampak pembangunan bandara belum disiapkan. Pemerintah Kulon Progo akan menginventarisir beberapa item yang dapat dimanfaatkan untuk pemberdayaan. Misalnya saja: parkir, dan pengelolaan *airport city*.

Pemerintah sendiri akan terus melakukan upaya untuk mencari celah-celah pemberdayaan masyarakat sendiri. Pemerintah siap menampung aspirasi dari masyarakat. "Berbagai masukan akan dikomunikasikan dengan Angkasa Pura selaku pengelola bandara. Sehingga terjalin kerjasama pengelolaan kawasan bandara dan sekitarnya", kata Budi Wibowo-Sekda Kulon Progo.

Di tengah upaya pembebasan lahan masyarakat yang sedang berlangsung, masih banyak pula kelompok masyarakat yang bersikeras melakukan penolakan. Ada masyarakat yang telah menerima kebijakan pemerintah dengan menerima tawaran untuk direlokasi dan dibeli tanahanya, namun tak

sedikit juga yang masih memilih bertahan di rumahnya masing-masing dan bersikeras tidak mau digusur.

Berbagai strategi komunikasi telah dilakukan pemerintah untuk memberikan pemahaman, baik dengan cara formal (sosialisasi, konsultasi publik, publisitas di media tentang pentingnya keberadaan bandara baru), ataupun dengan cara non formal (pendekaran *person to person* sambil minum kopi ataupun makan bersama), namun tetap saja beberapa kelompok masyarakat masih bersikeras melakukan penolakan. Bahkan beberapa kali surat peringatan telah dilayangkan, agar masyarakat segera mengosongkan rumahnya. Seolah angina lalu, hal tersebut tidak diindahkan oleh sekitar 110 masyarakat. Strategi manejemen krisis diperlukan dalam hal ini, supaya kepentingan pemerintah untuk membangun bandara baru dapat segera direalisasikan, namun juga mampu memberikan solusi atas keresahan masyarakat setempat.

Public Relations mempunyai peranan penting dalam sebuah organisasi, karena kunci keberhasilan organisasi dalam membangun citra positif di mata masyarakat sangat tergantung padanya. Terlebih apabila perusahaan sedang mengalami krisis, keberadaan *Public Relations* akan sangat diperlukan. Di masa krisis, seorang *Public Relations* harus mampu mengidentifikasi setiap permasalahan yang muncul serta nantinya mengambil langkah–langkah yang tepat, guna menyelesaikan krisis tersebut. Krisis sendiri merupakan sebuah keadaan gawat darurat atau sangat genting, di mana situasi tersebut dapat merupakan titik balik atau sebaliknya. (Soemirat, 2005: 181).

Melihat definis krisis di atas, yakni merupakan sebuah keadaan gawat darurat dan mungkin saja akan menimbulkan keterkejutan dari pihak yang mengalaminya, akan tetapi pada dasarnya krisis tidak terjadi begitu saja, melainkan akan memberikan sintal-sinyal terjadinya krisis terlebih dahulu. Hal ini sebagainya yang dikatakan Newsome (2000: 480), bahwa krisis sebenarnya dapat dideskripsikan, dikategorikan, bahkan biasanya krisis bisa diprediksikan terlebih dahulu. Oleh karenanya, setiap organisasi diharapkan mampu melakukan strategi antisipasi terjadinya krisis ini dengan baik, dengan mengenali tanda-tanda terjadinya krisis.

Pada umumnya, krisis diartikan sebagai sebuah peristiwa yang akan memberikan implikasi negatif pada organisasi daripada sebaliknya. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Kathleen Fear-Banks (2007: 65), sebagai berikut:

"A major occurance with a potentially negative outcome affecting organization, company industry, as well as it publics, products, services, or god name"

Krisis bisa terjadi kapan dan dimana saja, melalui berbagai macam peristiwa. Berbagai jenis krisis yang dapat muncul antara lain : kecelakaan kerja, masalah lingkungan, masalah perburuhan, masalah produk, masalah dengan investor, desas–desus isu, peraturan pemerintah, masalah konsumen, maupun terorisme. Di dalam krisis tersebut, tentu akan menimbulkan berbagai hal yang sangat merugikan bagi keberlangsungan organisasi dan juga menimbulkan keresahan bagi masyarakat serta citra perusahaan menjadi taruhan dalam hal ini (Soemirat, 2005: 182).

Di dalam melakukan penanganan terhadap krisis perlu dilakukan tindakan yang cepat dan tepat. Adanya dukungan dari semua pemangku kepentingan organisasi juga sangat diperlukan dalam hal ini. Dengan demikian, diharapkan semua pihak akan mampu bekerjasama guna mencari solusi terbaik dalam menyelesaikan krisis tersebut**.**

Ketika suatu organisasi atau perusahaan sedang mengalami krisis, tentunya diperlukan adalah upaya penanganan yang tepat untuk menyelesaikan krisis tersebut. Penanganan krisis tersebut dapat dikatakan sebagai sebuah manajemen krisis. Di mana, manajemen krisis sendiri merupakan sebuah proses yang digunakan oleh sebuah organisasi berkaitan dengan isu-isu yang ada di luar kendali (Smith, 2005: 15).

Sementara itu Regester, and Judy (2003: 131), mendefinisikan manajemen krisis sebagai:

"*An event which causes the company to become the subject of widespread, potentially unfavourable, attention from the international and national media and orther groups such as customers, shareholders, employess and their families, politicians, trade unionist and environmental pressure groups who, for one reason or another, have a vested interest in the activities of the organization".*

Melalui pernyataan diatas, dapat diambil sebuah benang merah, bahwa sebuah krisis harus menjadi perhatian seluruh pemangku kepentingan organisasi. Mengingat krisis berpotensi untuk menarik perhatian media baik nasional maupun lokal yang biasanya bersifat kurang menyenangkan. Oleh karenanya, dalam sebuah penanganan krisis diperlukan adanya langkah-langkah yang tepat untuk menanggulanginya, berikut ini adalah langkah-langkah tersebut, (1) Identifikasi Krisis, yaitu proses identifikasi memerlukan adanya suatu riset. Bila krisis terjadi dengan cepat penelitiannya harus dilakukan secara informal dan kilat. Dalam hal ini, adalah pengumpulan data serta penarikan kesimpulan harus dilakukan dalam hari yang sama. Hal itulah yang menjadi alasan mengapa seorang praktisi *public relations* harus mempunyai kecakapan dan kepekaan untuk mengumpulkan data; (2) Analisis Krisis, yaitu seorang praktisi *Public Relations* tentunya dituntut untuk melakukan analisis. Analisis harus dilakukan dengan penuh kecermatan untuk dapat menangkap indikasi–indikasi yang muncul dari setiap permasalahan. Analisis juga mempunyai cakupan yang sangat luas, mulai dari analisis parsial sampai analisis integral yang saling terkait perlu dilakukan dalam hal ini; (3) Isolasi Krisis, yaitu, krisis merupakan suatu penyakit yang harus secepatnya ditanggulangi agar dampaknya tidak menyebar kemana–mana. Hal itulah yang menjadi alasan mengapa perlu dilakukan pencegahan krisis agar tidak menyebar luas dengan cara isolasi ataupun karantina sebelum tindakan serius dilakukan; (4) Memilih Strategi, yaitu Strategi yang tepat diperlukan untuk menangani sebuah krisis. Ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk menangani krisis, sebagai berikut *Defensive Strategi* (Strategi Defensif), beberapa langkah–langkah yang; (5) Dapat diambil meliputi hal–hal seperti mengulur waktu, tidak melakukan apa–apa (*not in action* atau *low profile*), membentengi diri dengan kuat (*stone walling*), *adaptive strategi* (Strategi Adaptif), *dynamic Strategy* (Strategi Dinamis); (6) Program Pengendalian, yaitu langkah–langkah untuk melakukan strategi generik yang telah dirumuskan. Berbagai

strategi generik ini dapat dirumuskan jauh–jauh hari sebelum krisis muncul, di mana nantinya berfungsi sebagai *guidance* yang dapat dimanfaatkan oleh para eksekutif untuk mengambil langkah pasti (Kasali, 2000: 231 – 233).

Kesuksesan organisasi tidak hanya ditentukan oleh faktor internal, melainkan juga external. Salah satu elemen penting untuk menunjang kesuksesan organisasi, adalah masyarakat. Kehadiran organisasi di tengah-tengah lingkungan sosial, tentu membutuhkan *support* dari organisasi tersebut. Menjalin kedekatan dengan masyarakat, merupakan sebuah hal yang perlu dilakukan organisasi.

Dewasa ini strategi untuk menjalin kedekatan dengan masyarakat dikenal dengan istilah *Community Relations*. Menurut Iriantara (2004: 20), *community relations* merupakan peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya untuk kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas.

Di dalam melaksanakan program *community relations* tersebut organisasi harus mengambil langkah-langkah serta strategi yang tepat dalam kegiatan *community relations*. Berikut beberapa langkah, tersebut (1) Merumuskan komunitas organisasi dan berbagai kelompok yang ada di dalamnya; (2) Menyusun pesan yang hendak disampaikan; (3) Memilih metode yang paling baik dalam penyampaian pesan; (4) Melaksanakan program *community relations* organisasi; (5) Menentukan tujuan program *community relations* organisasi; (6) Melakukan analisis hasil.

Selain hal di atas, mengetahui karakteristik dari masing-masing khalayak juga menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh organisasi. Sehingga organisasi dapat menyesuaikan apa yang menjadi keinginan masyarakat terhadap organisasi. Hal lain yang perlu dipahami organisasi dalam program *community relations*, bahwa dalam program *community relations* diperlukan adalah adanya titik temu untuk dijadikan dasar untuk membangun kegiatan guna mendatangkan kemanfaatan bagi organisasi itu sendiri dan tentunya komunitas (Iriantara, 2007: 40).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini adalah Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi manajemen krisis dari pemerintah untuk menyelesaikan permasalahan penolakan rencana pembangunan bandara.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus. Menurut Newman (2006: 47), studi kasus merupakan penelitian yang berupaya untuk melakukan penyelidikan mendalam dari berbagai macam informasi mengenai berbagai macam unit (kasus) untuk 1 periode atau beberapa metode majemuk. Di dalam melakukan penelitian studi kasus ini, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada pihak-pihak terkait, seperti: Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, PT Angkasa Pura 1 Yogyakarta, maupun masyarakat setempat.

Dari data yang peneliti kumpulkan, kemudian peneliti melakukan proses reduksi data. Reduksi data, dilakukan dengan memilah-milah, antara data yang berkaitan langsung dengan penelitian ini (utama), dan data yang tidak berkaitan langsung (pendamping). Setelah itu, peneliti melakukan analisis secara mendalam terhadap data utama yang berhasil ditemukan. Dari proses analisis, selanjutnya

peneliti dapat melakukan kesimpulan terkait upaya-upaya manajemen krisis yang dilakukan pemerintah dalam proses pembangunan bandara baru di Kulon Progo ini.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dinamika Komunikasi Pembangunan Bandara baru Kulon Progo

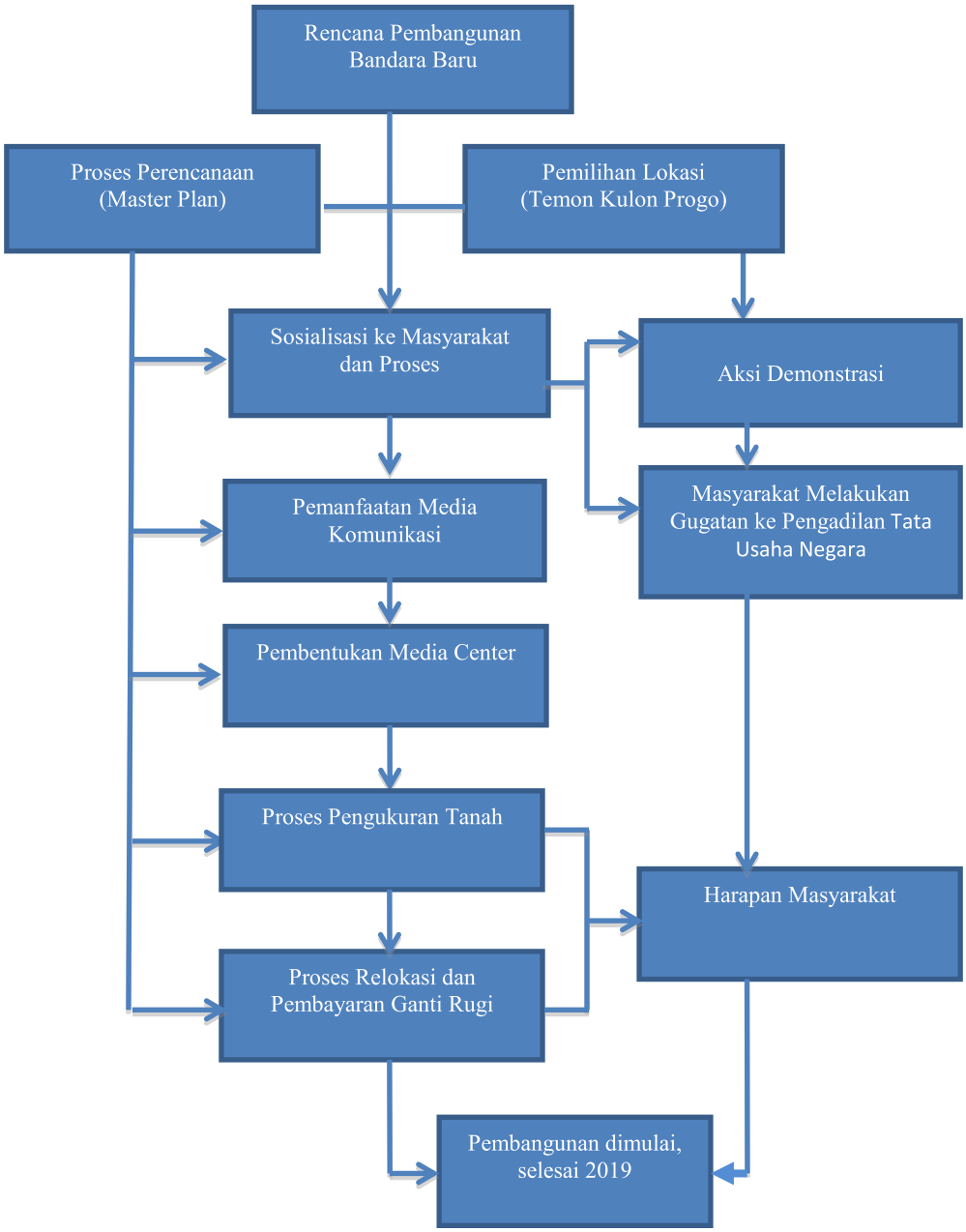
Proses pembangunan bandara baru di Kulon Progo ini memang tidak mudah dilakukan dan memerlukan perhatikan extra, terutama dalam proses pengadaan lahan sekarang ini. Sebagaimana telah dipaparkan di awal, pro kontra mewarnai proses pengadaaan lahan ini. Kelompok Masyarakat Wahana Tri Tunggal (WTT) merupakan masyarakat yang kontra dengan rencana pembangunan bandara baru ini. Berbagai aksi dilakukan oleh WTT untuk menggagalkan rencana pembanguunan bandara baru, akan tetapi seiring dengan proses komunikasi yang dilakukan pemerintah WTT sekarang ini telah dapat menerima kebijakan pemerintah untuk merelokasi pemukiman mereka guna pembangunan bandara baru.

Berakhirnya WTT tidak menyebabkan konflik antara pemerintah dengan masyarakat berakhir. Munculah kelompok masyarakat lain yang menamakan diri sebagai Aliansi Penolak Pembangunan Bandara Baru. Sampai dengan saat ini mereka bersikeras tidak mau meninggalkan rumah mereka, guna direlokasi. Jumlah mereka tidak sedikit, yakni sekitar 116 masyarakat. Mereka beralasan bahwa bandara baru tidak pro rakyat kecil. Selain itu mereka juga memiliki kekhawatiran, kalau tidak bisa memperoleh pekerjaan lain apabila mereka berpindah tempat tinggal.

Itulah yang menjadi tugas pemerintah Kulon Progo saat ini, yakni menyakinkan masyarakat yang tergabung dalam Aliansi Penolakan Bandara Baru tersebut untuk direlokasi. Selama ini pemerintah sendiri, tidak bertinggal diam. Berbagai proses pendekatan untuk menjalin komunikasi telah dilakukan oleh pemerintah baik dari Pemerintah Kabupaten Kulon Progo sendiri, Pemerintah DIY, maupun PT Angkasa Pura 1. Beberapa kali, pemerintah telah melayangkan surat peringatan kepada mereka, untuk segera mengosongkan rumah. Mereka dengan tegas menolak, dan tetap menempati rumah sampai dengan saat ini.

Jika di gambarkan, berikut adalah bagan mengenai dinamika komunikasi yang terjadi antara pemerintah, dengan masyarakat terkait dengan rencana pembangunan bandara (Gambar 1).

Berdasarkan Gambar 1, nampak bahwa telah ada upaya-upaya yang dilakukan pemerintah untuk melakukan pendekatan komunikasi kepada masyarakat sekitar. Misalnya saja telah adanya proses pemanfaatan media komunikasi, dan pembentukan media center. Media-media komunikasi yang dipakai pemerintah, seperti: media sosial, website, maupun blog. Hal tersebut, dimaksudkan pemerintah untuk mengefektifkan proses komunikasi yang dilakukan. Melalui pemanfaatan media, diharapkan proses komunikasi bisa cepat dilakukan, terutama dalam pemberikan pemahaman bagi masyarakat sekitar tentang perlunya pembangunan bandara baru ini. Bagi masyarakat luas, adanya media komunikasi dimaksudkan untuk mensosialisaskan progress pembangunan bandara ini. Dengan demikian nantinya akan ada dukungan dan peran aktif dari masyarakat luas.



Gambar 1.
Dinamika Komunikasi Pembangunan Bandara Baru
(Sumber : Data Peneliti 2017)

Manajemen Krisis Pemerintah Kulon Progo dalam Pembangunan Bandara Baru

Sebagaimana diketahui, bahwa rencana pembangunan bandara baru ini pada awalnya mendapatkan berbagai penolakan dari masyarakat. Masyarakat yang bergabung dalam Kelompok Wahana Tri Tunggal, melakukan berbagai aksi untuk menggagalkan rencana pembangunan bandara ini. Mereka beberapa kali melakukan aksi demontrasi untuk membatalkan rencana pembangunan tersebut. Tidak hanya demonstrasi damai saja, akan tetapi mereka sempat melakukan aksi dengan membakar ban, melempar batu, dan lain sebagainya. Saat itu, mereka menuntut agar bisa dipertemukan dengan

Gubernur, untuk menyampaikan aspirasi mereka. Berikut ini, adalah foto-foto aksi demonstrasi yang dilakukan oleh Kelompok Wahana Tri Tunggal dalam aksi menuntut pembatalan rencana pembangunan bandara baru di Kulon Progo.

Ibarat sebagai sebuah krisis, diperlukan segera strategi manajemen krisis yang tepat. Manajemen krisis sendiri merupakan sebuah proses yang digunakan oleh sebuah organisasi berkaitan dengan isu-isu yang ada di luar kendali (Smith, 2005: 15). Hal tersebutlah, yang dipahami oleh pemerintah. Menghadapi permasalahan tersebut, pemerintah tidak tinggal diam. Pemerintah responsif menanggapi aksi-aksi yang dilakukan oleh masyarakat. Mengingat jika tidak ditanggapi, situasi tersebut tentu akan mengganggu stabiltas wilayah Kulon Progo sendiri.

Berbagai upaya dilakukan pemerintah untuk mempercepat proses pembangunan bandara di Kulon Progo ini. Komunikasi dengan berbagai pihak dilakukan, untuk mensinergiskan berbagai kepentingan pihak-pihak yang terkait, baik dari internal pemerintah sendiri, maupun dengan masyarakat berdampak.

Pemerintah melakukan berbagai koordinasi dalam ranah internal untuk membuat langkah strategis, guna menyelesaikan permasalahan ini. Sebelum melakukan sosialisasi kepada masyarakat, pemerintah selalu berkoordinasi satu sama lain. Koordinasi tersebut dihadiri oleh Pemerintah DIY, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, PT Angkasa Pura 1, dan Anggota Dewan DPRD DIY.

Setelah koordinasi dilakukan, maka selanjutnya pemerintah melakukan sosialisasi kepada masyarakat, dalam proses konsultasi publik. Dalam proses konsultasi publik, pemerintah menawarkan beberapa alternatif kepada masyarakat. Selanjutnya apabila masyarakat setuju, maka dilanjutkan dengan proses pengukuran tanah, yang kemudian dilanjutkan dengan proses pembayaran tanah. Dalam proses pembayaran, masyarakat juga diberikan arahan dari konsultan keuangan untuk mendampingi proses pembayaran. Sementara pada proses ganti rugi, pemerintah tidak hanya membeli tanah dan bangunan milik masyarakat saja, akan tetapi sesuai dengan kesepakatan pemerintah juga membeli benda-benda yang ada di atas tanah

Gambar 2.
Demonstrasi Kelompok Masyarakat Wahana Tri Tunggal
Sumber: Dokumemtasi PT Angkasa Pura 1

Gambar 3.
Koordinasi Internal Pemerintah Sebelum Melakukan Sosialisasi Kepada Masyarakat
Sumber: Dokumentasi PT Angkasa Pura 1

Gambar 4.
Proses Konsultasi Publik dan Pendampingan dari Konsultan Keuangan
Sumber: Dokumentasi PT Angkasa Pura 1

tersebut, misalnya: pepohonan, dan barang lain yang ditinggalkan.

Upaya manjemen krisis lainnya, yang dilakukan pemerintah adalah dengan meng-adakan beberapa pelatihan untuk peningkatan kapasitas masyarakat. Pelatihan tersebut ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka pasca berpindah tempat tinggal. Jika masyarakat banyak yang tidak mau direlokasi karena adanya ketakutan untuk tidak mendapatkan pekerjaan yang lebih baik dari sebelumnya, maka berbagai pelatihan ini diadakan untuk menjawab keraguan tersebut. Berbagai pelatihan diberikan oleh pemerintah, misalnya pelatihan menjadi petugas keamanan, petugas pelayanan bandara, maupun pelatihan kewirausahaan lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, masyarakat berdampak tidak perlu ragu untuk menerima tawaran pemerintah guna direlokasi rumah-nya. Pemerintah berusaha untuk mengako-modir berbagai kepentingan masyarakat, salah satunya dengan program-program pelatihan yang diberikan ini. Pengetahuan akan banyaknya manfaat yang didapatkan pasca adanya pembangunan bandara baru ini, nampaknya yang perlu ditingkatkan pemerintah. Masyarakat dengan karakteristik pedesaan, tentu kurang cepat dalam menerima perubahan. Oleh karenanya, upaya-upaya

pendekatan personal kepada masyarakat, dengan memberikan edukasi bagi peningkatan kesejahteraan mereka sangatlah diperlukan.

Pemanfaatan Media Komunikasi

Pada bulan Januari 2017 lalu, Pemerintah Kulon Progo telah resmi membentuk media center untuk memfasiltasi proses komunikasi dan informasi masyarakat terkait bandara baru di Kulon Progo. Semua informasi yang dibutuhkan masyarakat dapat difasilitasi di sana. Media Center ini di bawah kendali dari Dinas Komunikasi dan Informasi Kulon Progo. Jika dahulu aktivitas komunikasi difasilitasi oleh Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, maka sekarang ini dengan adanya Media Center diharapkan aktivitas komunikasi dapat diambil alih.

Di dalam media center diberikan berbagai inromasi terkait dengan proses pembangunan bandara baru di Kulon Progo. Media Center ini banyak dimanfaatkan oleh para rekan media yang ingin mengetahui progres pembangunan bandara baru. Sementara masyarakat Kulon Progo sendiri berkunjung ke sana, untuk menyampaikan keluhan/aspirasi/pertanyaan terkait dengan proses ganti rugi maupun relokasi. Sementara masyarakat umum memanfaatkan media center ini, sebagai pusat informasi untuk kebutuhan khusus, misalnya *study* maupun penelitian.

Gambar 5.
Media Center Dinas Kominfo Kulon Progo
Sumber : www.kominfo.kulonprogokab.go.id

Berbagai arsip dan dokumentasi kegiatan pembangunan bandara baru ada di media center ini. Mulai dari proses perundingan, survei lokasi, aksi demonstrasi masyarakat, proses relokasi, dang anti rugi, serta proses peresmian pembangunan pertama bandara baru yang langsung dilakukan oleh Presiden Jokowi.

Berbagai media komunikasi yang dikelola pemerintah tersebut, menunjukkan bahwa telah ada komunikasi dua arah antara pemerintah dengan masyarakat. Penggunaan media komunikasi dalam upaya manajemen krisis terhadap penolakan masyarakat, efektif untuk mengurangi krisis kepercayaan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari sudah tidak adanya pergerakan masyarakat untuk menolak pembangunan bandara ini. Hampir semua masyarakat berdampak, sudah bisa menerima keputusan dari pemerintah untuk membangun bandara baru ini. Saat ini mereka sudah menempati rumah-rumah baru sebagai upaya relokasi. Mereka berharap bahwa proses pembayaran ganti rugi segera diselesaikan, dan bisa mendapatkan pekerjaan yang lebih layak.

Pengelolaan media komunikasi yang tepat mampu mengurangi dampak krisis yang lebih luas. Media komunikasi sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat luas. Dengan adanya media komunikasi yang dibangun, diharapkan mampu berkontribusi pada pengelolaan krisis, terutama dalam kaitannya dengan penolakan dari masyarakat. Hal ini sebagaimana pendapat Li Guevera, Herdon, Caragea, Kishore, Squicciarini & Tapia

dalam Hayley Watson (2016: 17), bahwa beberapa tahun terakhir ini melihat adanya kemajuan yang besar dalam bagaimana data di media sosial mampu berkontribusi pada pengelolaan krisis. Data dari media social tersebut, mampu berkontribusi pada proses analisis krisis.

Tidak hanya komunikasi secara langsung, namun juga melalui media-media komunikasi yang ada. Media komunikasi yang dibangun tidak hanya ditujukan kepada masyarakat di Kulon Progo saja, namun juga sebagai publikasi kepada masyarakat luas. Harapan pemerintah dengan adanya publikasi di berbagai media komunikasi, akan adanya dukungan dari masyarakat luas terhadap rencana pembangunan bandara di Kulon Progo ini.

Sebagaimana telah peneliti paparkan di atas, bahwa rencana pembangunan bandara baru ini telah ada sejak tahun 2010 lalu. Melalui proses panjang dan tarik ulur dari pemerintah sendiri sampai kemudian turunlah IPL, yang kemudian diwarnai dengan pro kontra dari masyarakat tentu bukan persoalan yang mudah untuk diselesaikan. Hal tersebut tentu saja menjadi penghambat proses pembangunan bandara ini. Upaya manajemen krisis dilakukan untuk menanggulangi penolakan dari masyarakat berdampak. Manajemen krisis sendiri merupakan sebuah proses yang digunakan oleh sebuah organisasi berkaitan dengan isu-isu yang ada di luar kendali (Smith, 2005: 15).

Strategi Manejemen Krisis merupakan hal penting yang dilakukan untuk mencarikan solusi bersama atas permasalahan ini. Dalam upaya melakukan strategi manajemen krisis, upaya untuk saling berkomunikasi antara kedua pihak sangatlah diperlukan. Ketika masing-masing pihak mempunyai kepentingan sendiri-sendiri, maka dengan adanya komunikasi dan interaksi diantaranya keduanya maka akan tercapainya kesamaan persepsi.

Interaksi antara pemerintah dan masyarakat memang sudah cukup intens diantara keduanya, sehingga telah adanya persamaan persepsi. Masyarakat telah menyadari bahwa sesungguhnya, pembangunan bandara ini adalah kepentingan bersama yang memberikan manfaat jauh lebih besar dari sekedar kepentingan kelompok masyarakatnya. Begitu pun hal pemerintah, yang telah berupaya untuk tidak mengesampingkan kepentingan masyarakat berdampak, yang kemudian mencoba memberikan beberapa alternatif atas dampak rencana pembangunan bandara ini. Adanya opsi untuk ganti rugi, relokasi, atau campuran diantara keduanya tentu menjadi sebuah upaya yang patut dihargai.

Pemerintah tentu bisa saja menggunakan cara-cara untuk mengintimidasi masyarakat agar mereka mau menjalankan apa yang dikehendaki oleh pemerintah, akan tetapi tentu hal tersebut tidak lazim dilakukan terlebih di dalam negara demokrasi seperti Indonesia ini. Pro kontra menjadi sebuah hal wajar dalam polemik pengambilan kebijakan. Jika tidak diselesaikan dengan baik, tentu hal tersebut akan menyebabkan terjadinya konflik yang berkepanjangan.

Adanya rasa kekecewaan, ketidak percayaan, kecurigaan merupakan sebuah

potensi yang dapat menimbulkan konflik. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Suranto (2010: 122), tentang potensi-potensi yang mungkin dapat menyebabkan terjadinya konrflik, sebagai berikut: (1) Sesuatu yang berharga di masyarakat, pada dasarnya tidak dapat dibagi rata. Misalnya posisi ketua kelompok masyarakat, yang hanya dijabat oleh satu orang saja, sementara yang menginginkan banyak; (2) Setiap individu memiliki kepentingan dan saling bersaing untuk memenuhi kepentingan tersebut. Setiap warga mempunyai pendapat, dan berusaha mempertahankannya; (3) Kedudukan orang-orang yang terkait dengan kegiatan kelompok atau organisasi tidak sama. Perbedaan kedudukan tersebut, menyebabkan rawan terjadinya konflik; (4) Setiap orang memiliki sikap yang berbeda-beda. Biasanya, mereka merasa bahwa sikapnya lebih benar dibandingkan lainnya, hal tersebut juga menyebabkan terjadinya konflik; (5) Kekecewaan masyarakat yang berlarut-larut, karena harapan tidak sesuai dengan kenyataan. Adanya kekecewaan yang berlarut-larut dapat memicu terjadinya konflik.

Adanya kekhawatiran dari masyarakat sebagaimana disebutkan dalam potensi-potensi konflik tersebut, merupakan penyebab mengapa beberapa kelompok masyarakat masih bersikukuh untuk mempertahan rumahnya. Masyarakat Temon yang sudah sejak lama menjadi petani, tentu berpikir panjang jika harus merubah mata pencahariannya sebagai petani. Selain itu, masyarakat yang sudah setuju untuk dibeli tanahnya pun sekarang ini banyak yang kembali melakukan protes. Hal tersebut, dikarenakan proses pembayaran ganti rugi yang belum juga selesai dilakukan, prosedur yang sulit menyebabkan mereka harus bolak-bolik ke Pemda, dan lain sebagainya. Etikat baik dari pemerintah untuk segera menyelesaikan permasalahan ini tentu sangat diharapkan dari masyarakat. Jika tidak, tentu masyarakat yang sudah pro pun dapat berbalik menjadi kontra dan mengakibatkan masalah ini semakin berlarut-larut.

Proses pengadaan relokasi juga perlu segera diselesaikan, masyarakat yang sudah terlanjur meninggalkan rumahnya, tentu menginginkan untuk segera mendapatkan tempat tinggal yang baru. Proses komunikasi dilakukan pemerintah dengan banyak cara dalam rencana pembangunan bandara ini. Baik komunikasi di internal pemerintah sendiri, berkoordinasi dengan elemen pemerintah lain yang berkaitan langsung dengan proses pembangunan bandara ini. Komunikasi di ranah internal bertujuan untuk mengkoordinasikan tentang tugas dan tanggung jawab dari masing-masing instansi untuk mega proyek pembangunan bandara ini. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, beberapa diantara masyarakat masih merasa bahwa masalah birokrasi di pemerintah ini menjadi sebuah penghambat mereka untuk mendapatkan hak-hak mereka. Oleh karenanya, di sini pemerintah seharusnya mampu berkoordinasi dengan baik, sehingga dalam memberikan pelayanan terkait berbagai aspirasi dari masyarakat dapat dilakukan secara maksimal.

Komunikasi dilakukan pemerintah dengan berbagai elemen masyarakat. Pemerintah pun telah melakukan berbagai jenis

komunikasi external kepada masyarakat baik secara formal dan non formal. Misalnya: melalui konsultasi publik, nongkrong bersama, bahkan mendatangi satu per satu rumah. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya bandara baru bagi masyarakat, sehingga masyarakat berkenan untuk direlokasi.

Jika sekarang ini ada beberapa di antara masyarakat yang masih menolak terhadap rencana pembangunan bandara, maka sesungguhnya mereka hanya perlu waktu saja untuk beradaptasi dengan perubahan sosial yang ada. Tentu bukan persoalan yang mudah untuk berpindah ke dalam kondisi yang baru. Hal penting yang harus dilakukan pemerintah adanya terus berupaya untuk menyakinkan masyarakat, bahwa justru rencana pembangunan bandara ini adanya sebuah proses untuk menuju lebih baik. Adanya sarana tranportasi yang memadai, adanya tenaga kerja yang terserap, adanya peningkatan perekonomian, dan sebagainya. Sehingga dari sana tentu masyarakat akan sadar, bahwa pembangunan bandara ini diperlukan.

Proses pembangunan bandara saat ini memang tengah dilaksanakan dan diperkirakan akan selesai pada tahun 2019 mendatang. Banyak harapan yang diberikan masyarakat akan pembangunan ini. Masyarakat menginginkan adanya kenaikan derajat kesejahteraan dibandingkan sebelumnya. Dalam ilmu komunikasi kita mengenal adanya program *community relations*, dimana merupakan peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya untuk kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. (Iriantara, 2004: 20).

Mengoptimalkan keberadaan organisasi di tengah-tengah lingkungan masyarakat menjadi sebuah kepentingan yang perlu dilakukan. Peran aktif organisasi untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat diperlukan sebagai upaya timbal balik, terkait izin sosial yang telah diberikan masyarakat terkait keberadaan organisasi. Jika nantinya pembangunan bandara baru telah selesai, dan bahkan mulai beroperasi tugas selanjutya yang perlu diperlukan pemerintah adalah upaya-upaya pengembangan masyarakat sekitar untuk menumbuhkan jiwa-jiwa kewirausahaan. Adanya bandara, tentu saja membuat perekonomian masyarakat sekitar akan meningkat, dengan adanya peluang-peluang usaha kecil menengah. Tugas pemerintah adanya pendorong lahirnya ekonomi kreatif di masyarakat sekitar. Kemudian, akan adanya kemandirian, dan peningkatan kesejahteraan mereka atas adanya bandara baru dengan konsep *airport city* ini.

Inilah yang kemudian perlu diketahui bersama, dan dipahami oleh masyrakat yang sampai saat ini masih melakukan penolakan. Di awal proses pembebasan lahan bandara, ada banyak kekhawatiran dari masyarakat terkait bagaimana hidup mereka ke depan. Mengingat sudah sejak lama mereka mengantungkan hidupnya dari bertani. Jika memang saat ini mereka sudah mempunyai cukup uang atas proses ganti rugi yang dilakukan, akan tetapi persoalan berikutnya adalah bagaimana mereka harus memutar uang tersebut untuk hidup selanjutnya.

Atas hal ini pemerintah juga telah menyadarinya, sehingga pemerintah juga telah membuat berbagai pembekalan dan pelatihan untuk masyarakat, seperti: kewirausahaan, dan peningkatan keterampilan jenis lainnya. Pelatihan tersebut tentu harus dilakukan secara berkesinambungan, agar supaya bukan hanya masyarakat mempunyai keterampilan untuk berwirausaha dan mempunyai ilmu untuk membuat sebuah produk/jasanya saja, melainkan mereka juga hendaknya dibekali dengan usaha-usaha pengembangannya, seperti halnya masalah pemasaran dari produk/jasa yang telah dihasilkan tersebut.

Sebuah institusi seperti halnya pemerintah diharapkan mampu memiliki kesadaran yang tinggi untuk mengetahui apa yang sesungguhnya menjadi dambaan dari komunitas bagi kesejahterananya. Menurut Cutlip dan Center dalam Effendy (1999: 201), hubungan yang baik dengan komunitas dapat terjalin apabila adanya kesadaran dari organisasi untuk memenuhi kebutuhan dari komunitas tersebut. Hal-hal yang menjadi kepentingan dari masyarakat, hendaknya dapat diperhatikan oleh organisasi. Kegiatan-kegiatan pengembangan masyarakat idealnya dilakukan dengan selalu berlandaskan pada kepentingan masyarakatnya. Strategi organisasi untuk membantu komunitas, tentu akan menumbuhkan persepsi baik komunitas terhadap organisasi.

Saat ini masyarakat sudah tidak lagi mempermasalahan adanya relokasi pemukiman, akan tetapi mereka menunggu janji pemerintah untuk bisa memberikan pekerjaan yang lebih baik dari sebelumnya. Oleh karenanya, ke depan upaya pemerintah harus mengarah ke sana. Yakni untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sebagai upaya *recovery,* seperti dalam teori manajemen krisis. Yakni orang yang sedang dalam proses penyembuhan dan kemudian tidak dapat menahan diri, dan penyembuhannya tidak tuntas benar, maka akan kembali lagi ke tahap prodromal (munculnya krisis) kembali. (Kasali, 2000: 273 – 230).

Langkah pertama yang bisa dilakukan pemerintah dalam hal ini adalah melakukan pemetaan terkait potensi-potensi pengembangan masyarakat di sekitar bandara. Sehingga nantinya akan menjadi konsep *airport city* yang di dalamnya juga ada kemandirian masyarakat dalam mengembangan potensi-potensi yang ada. Sehingga masyarakat lokal tidak hanya dilatih untuk menjadi sumber daya manusia di internal bandara saja, namun juga mampu menjadi pengusaha-pegusaha lokal mandiri dengan adanya bandara ini, karena tentu jumlah wisatawan yang berkunjung juga akan semakin meningkat. Oleh karenanya, pengembangan potensi pariwisata baik dari ranah insfraktruktur, dan *hospitality* juga harus di lakukan. Jika bukan masyarakat lokal yang memanfaatkannya, tentu para investor asinglah yang kemudian memanfaatkan moment ini.

Simpulan

Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa berbagai strategi manajemen krisis yang dilakukan pemerintah mampu memberikan hasil nyata. Indikator hal tersebut adalah, banyak masyarakat yang sudah menerima kebijakan pemerintah untuk merelokasi pemukiman masyarakat, ataupun

pembayaran ganti rugi. Sekarang ini, hanya tinggal sedikit saja kelompok masyarakat yang masih memilih untuk bertahan dan menolak direlokasi. Inilah tugas pemerintah selanjutnya, untuk bisa menyakinkan masyarakat yang masih menolak pembangunan bandara baru tersebut.

Selain itu, telah adanya upaya pemanfaatan media komunikasi oleh pemerintah untuk membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat. Media komunikasi tersebut, dalam bentuk sosial media, website, maupun pembentukan media center. Media komunikasi tersebut, dimaksudkan untuk publikasi pemberitaan progress pembangunan bandara baru di Kulon Progo. Sehingga akan adanya dukungan dari masyarakat luas, terhadap rencana pembangunan bandara baru ini. Kemudian, tantangan manajemen krisis yang dilakukan pemerintah, sekarang ini adalah pada masyarakat yang masih menolak rencana pembangunan bandara baru ini. Pemerintah harus segera memberikan solusi bagi mereka agar proses pembangunan bandara baru dapat segera diselesaikan. Adanya kekhawatiran dari masyarakat, terhadap kelangsungan hidup mereka setelah berpindah tempat tinggal juga menjadi tantangan pemerintah untuk mencarikan solusinya. Pemerintah perlu membuat program-program pengembangan masyarakat, untuk memberikan keterampilan agar masyarakat mampu memperoleh mata pencaharian lain.

Adanya program pengembangan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka, menjadi harapan dari masyarakat. Berada di lingkungan baru tentu merupakan hal yang tidak mudah dilakukan oleh masyarakat. Mereka harus bisa beradaptasi dengan adanya dampak pembangunan bandara baru ini. Mendapatkan pekerjaan yang lebih baik, untuk bertahan hidup adalah keinginan mereka pasca menerima kebijakan relokasi pemukiman.

Daftar Pustaka

Fear-Banks, Kathleen. (2007). *Crisis Communication: Planning Managing, and Responding*. America: SAGE Publications.

Iriantara, Yosal. (2004). *Community Relations*. Bandung: Simbiosa.

Kasali. R. (2000). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.

Newman, B.M. & Newman P.R (2006). *Development throught life: A psychosocial approach. (9thed)*. United State of America: Thomson Wadsworth.

Regester, Michael, Judy Larkin. (2003). *Risk Issues and Crisis Management in Public Relations*. New Delhi: Crest Publishing House.

Smith, R. D. (2005). *Strategy Planning for Public Relations 2nd Editions*. Lawrence Erlbaum Associates.

Soemirat, Soleh dkk. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.

Watson, Hayley, Rachel L.Finn and Kush Wadhwa. (2016). Organizational and Societal Impacts of Big Data in Crisis Management. *Journal of Contigencies and Crisis Management, Volume 25 Issue 1.*

Website :

Konsep Pemberdayaan Bandara Kulon Progo Belum Siap. (2012). Tersedia dari **:** https://ekbis.sindonews.com/read/670696/34/konsep-pemberdayaan-bandara-kulonprogo-belum-siap-1346944499

PROMOTION STRATEGY BY PALU CITY GOVERNMENT TO PULLING INVESTORS INTEREST IN PALU SPECIAL ECONOMIC ZONE

Muhammad Khairil
Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University,
Jl. Soekarno Hatta Km. 9 Palu, Central Sulawesi, Indonesia Phone: 0823 2121 6664.
Email: muh_khairil02@yahoo.com

Abstract

SEZ (Special Economic Zone) is one of the government's policy programs in national development planning. Reliable and excellent business and investment activities are the primary objectives of the Special Economic Zone policy. Promotion strategy in attracting investors interest continue to be enhanced by Palu City Government. The purpose of this research is to know the efforts made by Palu City Government in pushing Palu Special Economic Zone to potential investors. The method used is a qualitative method with case study approach. The results of this study indicate the interest to attract investors to do personal selling done by direct communication between the Government of Palu City and Central Sulawesi Provincial Government with potential investors. Finally constructed suggestions for the strategy of promotion of Special Economic Zones to attract potential investors to invest in Special Economic Zones. The contribution of this research is to provide insight on personal selling with potential investors done by the government of Palu and the Central Sulawesi province.

Keywords: *Promotion, Strategy, Special Economic Zone*

Abstrak

KEK (Kawasan Ekonomi Khusus) adalah salah satu program prioritas pemerintah dalam perencanaan pembangunan nasional. Kegiatan bisnis dan investasi yang handal dan prima adalah tujuan utama dari kebijakan Kawasan Ekonomi Khusus. Strategi promosi dalam menarik minat investor terus ditingkatkan oleh Pemerintah Kota Palu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Palu dalam mempromosikan Kawasan Ekonomi Khusus Palu kepada calon investor. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menarik minat investor dilakukan personal selling yang dilakukan dengan komunikasi langsung antara Pemerintah Kota Palu dan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tengah dengan calon investor. Akhirnya diperoleh saran untuk strategi promosi Kawasan Ekonomi Khusus sehingga dapat menarik minat calon investor untuk melakukan investasi pada Kawasan Ekonomi Khusus. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan wawasan mengenai *personal selling* yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palu dan Pemerintah Provinsi Sulawesi Tengan dengan calon investor.

Kata kunci: promosi, strategi, Kawasan Ekonomi Khusus

Introduction

The globalization trend has increased sharply in the last decades of the 20th century. Major reformations took place within the world economy itself. The idea of a Special Economic Zone introduces a new concept of economic policy. This phenomenon has caused much debate among economists and others, because of its wide influence. Besides the pros and cons that arise due to differences in perceptions of the impact caused by the Special Economic Zone, there is a great hope for Special Economic Zones development, namely to improve national economy. This is also act as a foundation of Special Economic Zone in Palu City.

Palu City's Special Economic Zone is established through government regulation

number 31 of 2014 on May 20th, 2014. On July 9th, 2017, the Special Economic Zone National Council has stated that the Palu City's Special Economic Zoneis ready to operate. Special Economic Zone of Palu City was inaugurated by Coordinating Ministerfor Economic Affairs, Darmin Nasution, as Chairman of the Special Economic Zone National Council on Wednesday, September 27th, 2017. It means that the Palu City's Special Economic Zone Area is ready to receive investment. In fact, the Palu City's Special Economic Zone has been cooperating with investors both from within and outside the country .

The total planned investment of the SEZ area development in Palu is to 1,7 trillion rupiahs with 1,500 acres land areas (Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus Republik Indonesia, 2017). Coordinating Minister for Economic Affairs, Darmin Nasution, said that in the effort of economic equality, the government encouraged the infrastructure development especially those that scattered throughout Indonesia through the development of Special Economic Zones, Industrial Areas, and the National Tourism Strategic Areas.

"This effort is aimed to accelerate development, especially outside of Java Island. Also, this policy is expected to reduce intra and inter-regional gaps," (Harian Kompas, 2017). Darmin continued, currently, there are 11 SEZ which has been established in Indonesia, one of them is the Special Economic Zone of Palu City.

Geographically, SEZ of Palu is also integrated with Pantoloan Harbour and strategic route of Indonesian Archipelagic Sea Lane. With these potentials, SEZ of Palu is projected to become the industry's strategic hub and logistics of the north-south corridor. Central Sulawesi Governor LongkiDjanggola said SEZ located in Central Sulawesi Province is the first area designed by the government as an integrated mining-processing industry and logistics center in Sulawesi region.

As the organizer of the Special Economic Zone, the city government of Palu undertook various promotional strategies, in this case, the promotion of the region's natural resources to attract the attention of the potential investors, both foreign investors and local investors. Target countries are Asia's fast-growing countries such as China and South Korea.

In order to attract potential investors to invest, it is necessary to design the right marketing mix that according to Philip Kotler (Cangara, 2014: 79) includes *Product, Price, Place*, and *Promotion*, (1) Product, is in form of goods or services produced by a business unit that wants to be marketed to meet the consumers needs; (2) Place, is the place used to distribute or displaygoods produced to attain consumer's attention; (3) Price, is the value of goods or services offered; (4) Promotion is the effort to get the consumer's attention through communication techniques. toBy promotional activities, there is a wrong assumption, i.e., spending cost for promotion rated as waste even though costs incurred for promotion must rate as an investment.

In addition to the marketing mix, promotion mix is also needed in order to design a communication strategy in order to attract investors. Traditionally, the promotion mix includes four elements: advertising,

sales promotion, publicity / public relations, and *personal selling* (Morissan, 2014: 17). But George and Michael Belch (2015: 463) add two elements in the promotional mix, namely *direct marketing*, and *interactive media*.

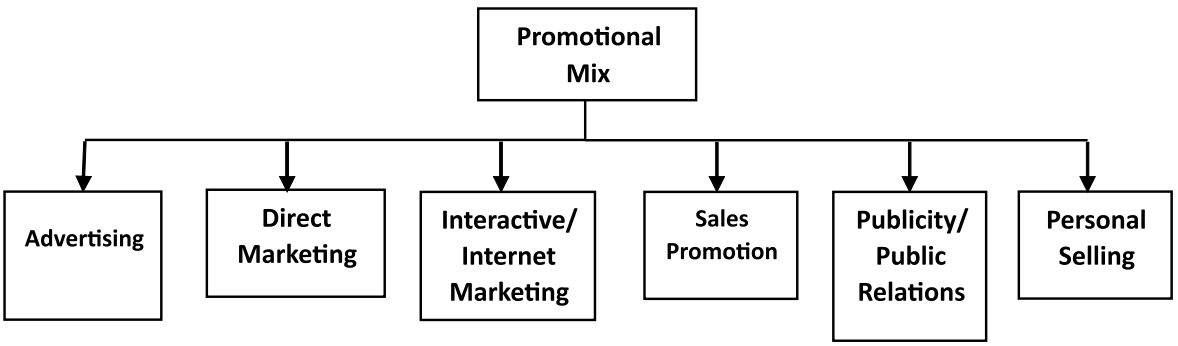
According to Rogers (Cangara, 2014: 61), the communication strategy designed to change human behavior on a larger scale through the transfer of new ideas. Middleton (Cangara, 2014:61), a communication planning experts, added, a communication strategy is the best combination of all communication elements ranging from communicators, messages, channels, recipients and the effects are designed to achieve optimal communication goals.

Communication planning model commonly used in communication strategies is the AIDDA model. This model is linear and widely used in commercial whaling and marketing activities. The AIDDA model is short for *Awareness, Interest, Desire, Decision,* and *Action* (Cangara, 2014: 72).

(1) *Awareness* is the marketers or extension worker first step to be created for targeted audiences. Awareness here fixed on products, goods, or ideas offered. How far the target is aware of the benefits offered. For that matters, marketers or counseling officers must be able to show benefits offered to the target (Cangara, 2014: 72); (2) *Interest* is the appearance of target audiences interest for goods offered by marketers. Attention can only appear because what 's offered is new and not yet ever seen before. Besides of the benefits, interesting packaging can also cause interest of consumers (Cangara, 2014: 72); (3) *Desire* is the process that occurs after the attention arises to goods offered. On this stage, the buyer wishes the goods after weighing benefits or its usefulness. Marketers give psychiatric touch to consumer candidates with more persuasive means, so the desire arise and the consumer follows the suggestions if that offered as a form of idea from an extension worker (Cangara, 2014: 72.

Decision is actions taken by consumers, i.e. decided for having goods offered after weighing benefits and cost. The decision is based on the awareness process of benefits, attention to packaging and the price offered (Cangara, 2014: 72); (5) *Action* is done by the consumer after having the goods. It is related

Picture 1. Elements of Promotional Mix
(Source: Morrison, 2014:17)



Picture 2. AIDDA Theory Model
(Source: Cangara, 2014:72)

to the goods use as well as services that have been owned by consumers (Cangara, 2014: 72).

Most communicators use persuasive communication to influence public or someone. Persuasive communication should be done ethically. It takes honesty, truth, and candor (Cameron, Wilcox, Reber, & Shin, 2013: 130). According to Aristotle (Suryanto, 2015:12), communication is built by three fundamental elements, namely the person who speaks, the material of the speech produced, and the person who listens to it. The first aspect is called a communicator or a *persuader*, which is the source of communication. The second aspect is the message. The third aspect is called communicant or *persuadee*, which is the recipient of the communication. *A persuader* is a person or group of people who convey a message with the aim to influence the attitude, acceptance, and behavior of others, both verbally and nonverbally. In persuasive communication, the existence of a *persuader* at stake. Therefore, the *persuaders* must have a high ethos. Ethos is the value of one's self that is the aspect of cognition, affection, and conation (Suryanto, 2015: 12).

According to *Thinking Public Relation*: "Persuasion can be used to change or neutralize different (contrasting) opinions, crystallize positive opinions and attitudes and keep good and profitable opinions" (Cameron, Wilcox, Reber, & Shin, 2013: 149). Persuasive communication is necessarily part of a communication strategy that can be used in persuading a person to do what the communicator wants. Palu City Government promotional efforts in attracting investors in Palu City's Special Economic Zone are not without flaws, and this research is done so the problems that arise in the implementation process of the strategy can be studied.

According to introduction above, the purpose of this research is to know the efforts made by Palu City Government in pushing Palu Special Economic Zone to potential investors

Research Methods

The method used in this research is a descriptive method with a qualitative approach to explaining the phenomenon that happened (Sugiyono, 2013:245). This research intended to look for detailed and factual information and topics about promotion efforts made by the Palu City's government to attract investors.

This research aims to understand the Promotion Strategies of Palu City's Special Economic Zone. Furthermore, the qualitative approach in this study tries to find and examine more about the factors that influence the promotion strategies so that it will lead to the location of the weaknesses and strengths of these factors. Thus, the promotional strategies that are implemented can then improved and ran effectively.

The analysis method used in this research is qualitative data analysis. Data analysis was performed at the time of the research, and after completion of the data As Miles and Huberman (Sugiyono, 2013:246) stated that qualitative data analysis is done interactively and continuously to the point where it is considered complete, so the data is saturated. The processes are data reduction, data presentation, and conclusion/verification.

Results and Discussion

SEZ development aims to accelerate regional development and as a model of regional development breakthroughs for economic growth, including industry, tourism, and trade to increase employment. To accelerate the achievement of national economic development, it is necessary to increase investment through the preparation of areas that have economic and geostrategic advantages.The area is prepared to maximize industrial activities, exports, imports and other economic activities that have high economic values.

"Within three years, SEZ of Palu undertook several activities including the provision of infrastructure in the Special Economic Zone, human resources, and administrative control apparatus. With such conditions, SEZ of Palu is built within the area of 1.500 acres, is ready to operate to serve investors quickly," said the Governor of Central Sulawesi, Longki Djanggola, quoted from KOMPAS (Harian Kompas, 2017). Natural resource-based SEZ of Palu is expected to drive metal industry and increase the added value of superior agro-commodities in Sulawesi, such as cocoa, seaweed, and rattan.

To realize it, PT. Bangun Palu Sulteng (BPS) as BUPP (Badan Usaha Pembangunan dan Pengelola) or Construction Management Enterprise of Palu City's Special Economic Zone has established cooperation with PT. STM Tunggal Jaya. Both companies have established a joint venture to build and manage SEZ of Palu with investment value reached 7, 2 trillion rupiahs. The realization of investment in SEZ of Palu has been done by PT. Hong Thai International by establishing a basic chemical industry factory based on pine resin processing with an investment value of Rp13,74 billion.

Three foreign investors who signed the agreement with BPST are PT. STM Tunggal Jaya, Tidfore Group of China, and Korea Western Power from South Korea. For domestic investors are PT. Pelabuhan Indonesia IV, PT. Wika Jabar Power, PT. Partagas Niaga and PT. PP Energi. This cooperation will cover the areas of the industrial estate (land management and project investment), infrastructure (water, electricity and transport / distribution), port service and logistics. "The average value of each investor reaches 5 million US dollars or around 65 trillion rupiahs, said President Director of PT. BPST Mulhanan Tombolotutu quoted from KOMPAS (Harian Kompas, 2017).

Currently, the company that has built a factory in SEZ of Palu, PT. Asbuton Jaya Abadi which is engaged in the asphalt industry has an investment value of more than 100 billion rupiahs with a workforce recruited as many as 120 people; PT. Hongthai International for the management of pine resin industry, with an investment value of about 15 billion rupiahs with a workforce of about 30 people; PT. Sofi Agro Industries, the coconut industry, with 1.389.000 US dollars investment value and the workforce of 625 people; PT. Agro Sulteng, which manages rubber industry with an investment value of 200 billion rupiahs and 100 people workforce; and PT. Artha Palu, which manages the essential oil industry with 50 billion rupiahs investment value and a workforce of 35 people (Harian Kompas, 2017).

Picture 3. The Profile of Palu Special Economic Zone
(Source: Validnews.co, 2017)

The Palu Special Economic Zone focuses on increasing industrial activities. So what is trying to be driven by Palu City Government is an increase in industrial investors. It based on the natural resources of the Central Sulawesi Region which includes marine, plantation and forestry products such as cocoa, seaweed, and rattan.

One of the natural resources which are prioritized by Palu City Government to attract investor interest is rattan. Rattan is one of the many non-timber forest products owned by Central Sulawesi. There are five districts in Central Sulawesi Province which are the main rattan producing regions (Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus Republik Indonesia, 2017), Donggala, Parigi Moutong, Tojo Una-Una, Banggai, and Buol. Rattan, as one of the non-timber forest products, has become the source of increasing income for communities around the forests of Central Sulawesi Province. Not only that, but the production of rattan also cultivated the activities of the rattan industry for the processing of post-harvest rattan which absorbs a considerable amount of labor. So that rattan production in Central Sulawesi Province promises business opportunities for domestic and foreign investors to invest in Central Sulawesi Province especially in the field of rattan production.

Special Economic Zones encourage industrial growth to increase regional development and economy. So that abundant natural resources utilization and a distinctive commodity of the region to be the main attraction that should be highlighted. Palu City Government as the organizer of Palu Special Economic Zone promotes through communication channels (*promotion mix*): Integrating promotional tools between advertising in the form of brochures, posters, booklets and magazines; sales promotion in the form of exhibition, *expo* or *event;* and the

last is personal selling conducted by direct communication between the government and investors.

There are eight steps to develop an effective communication programs according to Kotler & Keller (2016: 179), i.e. identifying target audience, defining communication objectives, designing a message, choosing a communication channel, determining the total campaign budget, making decisions on promotional mix, measuring promotional results, managing and coordinating the integrated marketing communications process. Both Palu City Government and Central Sulawesi Provincial Government apply effective promotional strategies based on eight steps that stated above.

Palu Special Economic Zone target audiences are potential investors who are domestic or foreign entrepreneurs and companies. The communication process is done to persuade entrepreneurs and companies to invest in the Palu Special Economic Zone. Messages designed by the government include the availability of infrastructures, in the form of ports, to facilitate of raw materials and industrial products supply lines and the ease of investment in Special Economic Zones.

Communication Medias utilized by the government are printed media and audio-visual media. But the Palu City government also held face-to-face meetings with potential investors. It is considered the most effective way to persuade potential investors. The channels used are adjusted with the fundings for the promotion efforts. It becomes essential matter and acts as a base to make decisions regarding promotional mix. Because the promotion progress and outcomes should be measurable. The measurements are done by seeing an investment increase in Palu SEZ. The management and coordination of the integrated marketing communications process are handled directly by the Palu City government and Central Sulawesi Provincial Government utilizing Integrated Service Center or *Pelayanan Terpadu Satu Pintu* (PTSP).

Palu City Government promotes SEZ through advertisements based on natural resources of Central Sulawesi region through print media such as brochures, booklets, and magazines. Brochures, booklets, and magazines are the supporting mediums used in promoting SEZ of Palu. The government may apply the following strategies regarding the use of print media in marketing communications, (1) Packaging information through wording, coloring, and design; (2) Establishing awareness and product knowledge; (3) Utilization of compelling and exciting words; (4) Information presented must be clear and up-to-date; (5) Highlighting product differences with competitors; (6) Informing development of facilities and infrastructure; (7) Alternative marketing advertising through online media; (8) Include an offer e.g. *incentive* .

From the results of interviews conducted by the author to one of the informants, Arifuddin, it is known that for the publication by the magazine, they are still dependent on the availability of budget from the agency. As for booklets, brochures, and posters are printed once a year in sufficient quantities. One obstacle to the development of advertising media is budget constraints.

This should be minimized through the use of technology and efficient use of the budget.

Many companies still rely on one or two means of communication. This practice survives despite the breakdown of the mass market into small markets; each market requires its approach, a new kind of media burst and increased consumer sophistication. The wide range of communication tools, messages and audiences make communication imperative, so the company moves toward integrated marketing communications.

Palu City Government, in cooperation with the provincial government of Central Sulawesi, promotes Palu Special Economic Area by utilizing print medias and electronic medias. The print medias used were brochures that are made to be carried during official visits to other regions/countries. The goal is to promote the Palu Special Economic Zone so that potential investors know the important aspects of the Palu SEZ, especially related to the ease of investment.

In addition to the brochures, the Palu City government also uses two minutes long advertising video. The ad uses English as an international language and mainly done to reach out foreign investors. The advertisements feature the Palu Special Economic Zone as an industrial area.

Kotler & Keller (2012: 500) stated that sales promotion is composed of a variety of services, including samples, coupons, premiums, demonstrations, contests, etc. The sales promotion efforts conducted by the city government in promoting Palu Special Economic Zone is to provide ease of investment permit for potential investors.

To actualize the ease of investment permit, the Government has an Administrator which is part of the Regional Council established in Palu SEZ to assist the Regional Councils in the implementation of SEZ. Administrators have a role to provide Integrated Service Center or *Pelayanan Terpadu Satu Pintu* (PTSP) that simplify the permit applications processes. With the Administrator presence, the potential investor does not need to run a convoluted process, because the Administrator has been given the delegation and authority from the institution / related agencies

Each media of communications has its characteristics, so it is important for the government to see which media is most appropriate because if it is wrong, it will lead to losses in the form of time, cost, and energy. Based on the analysis of the matrix on sales promotion, some strategies should be adopted by the government as follows: packaging promotional activities to be more interesting; establishing cooperative relations with investors; increasing the intensity of event participation; distributing other promotional media such as brochures; providing information needed by investors; promoting SEZ's superiority; and adding promotional media and then working with central government in promotional activities.

The second media promotion is sales promotion in the form of exhibition, expo or event. From the results of the research, the government has attended various *events* both national events such as the Sulteng Expo, Jakarta Expo, and Sail Tomini as well as an international event held in China, Australia, Dubai and various other countries. In

2015, 13 investment related exhibitions and events were scheduled, consisted of 4 local exhibitions, eight domestic exhibitions outside the area and an exhibition in Japan. If you look at the promotional efforts through the event so far is quite optimal, viewed from the aspect of quantity, although substantially not showing any indicative impact on increasing investment. 2016 and 2017, the government promotes through cultural events, formerly referred to as the Festival Teluk Palu and now renamed Festival Pesona Palu Nomani, which has another purpose, besides celebrating Palu City anniversary, to attract investors both from domestic and foreign investors.

Participating in investment-themed events is a golden opportunity for the government to meet and communicate directly with potential investors. Also, the government is assisted by many parties, as has been done by the Central Investment Coordinating Board (BKPM) as a facilitator when promoting to Australia and also assistance from the Ministry of Economic Affairs when SEZ of Palu first launched and promoted.

An important aspect of foreign investment to have a positive spillover is a strong relationship by adjusting the needs of the domestic organization with the capabilities of foreign companies in SEZ. The pillars of inward investment policy to facilitate and encourage the blockage of technology transfer and skills include exposure, education, communication, and innovation (Richard & Hunter, 2013).

Suryanto (2015: 332) defines that communications on Bisnis are an exchange of ideas, opinions, information, and orders that have a specific purpose that is presented personally or impersonally through symbols or signs. Business communication is also a process of exchanging messages or information to achieve the effectiveness and efficiency of work products within the organizational structure and system. There is an ongoing exchange of information in business communications. Also, there are some basic elements, namely (1) Purpose; (2) between communicators and communicants; (3) Ideas are the content of messages that vary depending on the purpose, situation, and condition of the organization; (4) Symbols used to convey messages.

Double contingency is also required in the process of information exchange. Double contingency is the system taken into account on how other systems outside of itself will receive the information that it produces. When Government's communication systems do not develop double contingency, other systems produce and reproduce information (Handaka, Wahyuni, Sulastri, & Wiryono, 2017).

Governor Longki Djanggola, through cell phone message, said that the group consisting of Palu City Mayor Hidayat, President Director of PT. Bangun Palu Sulawesi Tengah, SEZ Palu management, Andi Mulahanan Tombolotutu and Central Sulawesi Region Provincial Economic Assistant Bunga Elim Somba arrived at Incheon, Seoul, on November 14th, 2017 at around 7:15 pm local time. In the city of Seoul, the delegation of the economic visits of the Provincial Government of Central

Sulawesi, accompanied by officials from the SEZ National Council, was received by the Korean-Indonesian Partnership Council (Sulawesi Bisnis, 2017).

This economic visit is aimed to promote investment opportunities in Central Sulawesi, including the commencement of Palu Special Economic Zone operation. "We will meet and present our regional advantages and potentials in front of some investors from major corporations in South Korea, including property, energy and natural resources, marine and fisheries, shipbuilding and automobile assembly industries as well medicines," Longki said.

There are also Dong-Sung Corporation engaged in petrochemical and composite materials. Dong-Sung plans to expand its business in ASEAN and Asia in general, including Indonesia.Also, this commercial mission will also explore cooperation with SAMTAN Corporation engaged in energy and natural resources. The government's overseas visits are not merely personal selling which led to the agreements with the company, but also a comparative study regarding resource management natural resources.

Palu city government made a presentation to promote the potential of natural resources areas that can be utilized to build industry in the Palu City's Special Economic Zone. The presentation does not merely emphasize the issue of natural wealth, but also affordable human resources regarding wages. Based on Constitution No.561/806/DISNAKERTRANDA-G.ST/2016 dated November 1st, 2016, the Central Sulawesi Province minimum wage is IDR 1,807,775 while the minimum wage of the district or municipality is IDR 2,056,750. This wage is considered low and still can be reached by investors, especially foreign investors.

The communication process should begin with a clear target audience in prospective of the company's products, current users, policymakers, or influencing parties: people, groups, particular communities or the general public. The target audience will greatly influence the communicator's decision about what to say, how to say it when to say it, where to say it and to whom it says it.

Many communications do not use sources outside of the company itself. Other communication strategies are either use famous or unknown people. Messages delivered by interesting or well-known sources can attract more attention and higher memory. The effectiveness of a message depends on the perceived level of expertise and trustworthiness of an endorser (Choudhury & Mukherjee, 2014). Expertise is a specialized knowledge that communicators have to support claims. Trust is related to how efficient and honest the person is in the general public's eyes. Friends are more trustworthy than a stranger or salesmen, and people who are not paid to introduce products are more credible than those who are paid. Fondness for the spokesman describes the appeal of sources. Qualities such as honesty, humor, and naturalness make the preferred source.

One of the most difficult marketing decisions is to determine how much

information that needs to be released for sale. Then the method of deciding the promotion budget as follows: affordable method, the percentage of sales method, competitive parity method, and objective and task method.

Public Relations and publicity are personal or nonpersonal activities aimed at protecting and strengthening the company image for employees or consumers, other firms, the government and the media via press kits, speeches, seminars, lobbying, etc. (Kotler & Amstrong, 2012). The Central Sulawesi Government, the Government of Palu City and other agencies, work together in the publication of Palu City's Special Economic Zones. The goal is more of an informative purpose. So from the investor's standpoint, there is confidence and trust that the investment they are doing is known by the public. As for the potential investors, there will be an awareness that investments in Special Economic Zones provide benefits, as evidenced by the investments made by other companies.

The process, of course, requires media publications. The media used in the publication process is through *websites* such official www.palukota.go.id, sez. palukota.go.id, and http://kek.ekon.go.id. Furthermore, the publication process is also supported by media relations activities within Palu City. Online news websites that assist in the publication such as https:// www.suara.com, https://www.antaranews. com, https://kompas.com, http://republika. co.id, http://finansial.bisnis.com, http:// mediaindonesia.com, and http://sulawesi. bisnis.com. The government also made 6.6 minutes Palu Special Economic Zone profile video so that potential investors can see the appeal of Palu Special Economic Zone.

The strategies adopted by the government of Palu Ciry to make personal selling work efficiently are as follows: (1) to maintain good relations with investors; (2) provide insight to investors; (3) employing communicators that understand about Palu SEZ; (4) message are in the form of an investment invitation in Palu SEZ; (5) adjusting media messages delivery that coinciding with the characteristics of the investor; (6) maintaining two-way communication between stakeholders; (7) maintaining two-way communication between the government and investors; (8) using more varied media campaigns and reconfirm the potential investors.

Palu City Government should have adequate communication skills in communicating with investors. Excellent communicators are required to have a style of speech when conveying marketing messages, meaning that the communicators must use persuasive communication and informative communication to attract consumers (Anggraeni, Siswoyo, & Nurfalah, 2014). Problems that arise are the language limitations between the Palu City Government with potential foreign investors. But this is probably not a big problem because the third party can mediate.

The process of communication regarding promotion to potential investors to invest in the Palu City's Special Economic Zones would require a specific strategy in the nego-

tiations. Freeley (Effendy, 2015: 180) suggest a few things for a negotiator which he described as *ethical standards* as follows, (1) Should master the subject by preparing carefully and base the case on the evidence and arguments as well as possible; (2) Should present facts and opinions carefully; (3) Should mention the source of information; (4) Should welcome any disagreement with the good, and should maintain and foster debate as a means of making rational decisions.

The purpose of the negotiations is to reach the fulfillment of others. Reaching the fulfillment of others is one of the purposes of communication. Trying to try to let others do what they should be doing or to stop something we did not expect. Marvel and Schmitt (Littlejohn & Foss, 2014: 178) using an exchange method theory as a basis for the fulfillment of their acquisition models. Someone would be obedient in exchange something that is provided by others: if there is suitability in price between what is given and what is received.

Palu City Government offers a variety of things that benefit a potential investor, such as the availability of natural resources and were able to meet the needs of industrial materials in a Special Economic Zone. It is also linked to the possibilities of limited facilities and infrastructure in the form of supply lines or the distance between the Special Economic Zones with source materials supplier, besides the availability of qualified and affordable human resources regarding wages. It is a point of interest that is offered in the promotion process undertaken by the Government of Palu City to potential investors.

In fact, acquisition fulfillment model can only run if there is sufficient source power and can give or withhold something to be desired by the other party, in this case, potential investors. This means Palu City government should have the power or the power required by the prospective investors, so they are willing to invest and meet the desires of the government in managing Special Economic Zones.

These three promotional tools applied by Palu City government in marketing communications must be maximized to Palu SEZ development messages can be delivered to investors. Lately, mass media are developed rapidly with the development of the information technology and new findings around the digital computer system. Their development makes the public consumption of information to increase. Thus, Palu City government needs to be aware that information is important commodities that need to be fulfilled.

Personal Selling processes include prospecting, reproach, approach, making the presentation, overcoming objections, closing the sale, and following up (Pride, et al., 2015: 477). Selections and assessments of prospects through a feasibility study of Special Economic Zone are conducted in cooperation between Palu City Government and Economic and Social Research Institute, Faculty of Economics and Business, University of Indonesia (LPEM FEB UI). This is done to measure the potential of Palu Special Economic Zone to attract potential investors and spark investment interest. After assessing the extent of the prospect next is to pre-approve. The pre-government approach is to find out what is

liked or what is the target of potential investors. By knowing all that is needed for the investors, Palu City Government finally did approach.

The government's approach is to visit. Visiting potential investors is done by Palu City government simultaneously with other activities outside the city. In other words, it was a compact, cost-saving trip. Through an approach with potential investors, the Palu City Government gets the approval of the potential investor for the next meeting with the presentation agenda. Presentations are conducted to provide an overview of the Palu SEZ. Usually, there will be objections raised by potential investors. Thus, to minimize these objections, Palu City Government has prepared various ease of investment offers as well as the availability of Natural Resources and Human Resources which is quite abundant and affordable. For 2017 and 2018, the government's target is to capture as many investors as possible so that the Special Economic Zone can be effective in 2019. So the Palu City Government is still opening the investment opportunity in Palu Special Economic Zone. The follow-up process is also in line with the increase of investors by maintaining good relations with investors and potential investors in Palu Special Economic Zone.

Conclusion

Regarding the promotion of Palu Special Economic Zone to potential investors, Palu City Government, in cooperation with the Provincial Government of Central Sulawesi, applied promotion mix that consisted of advertising, sales promotions, public relations and publicity, and personal selling. One of the strategies is carried through *personal selling,* namely through an official visit to foreign countries such as China and South Korea. Palu City government visitation is to do a presentation to other countries with potential investors such as China and South Korea. The advantages that can be obtained from Special Economic Zones investment are presented, attracting potential investors, and thus decided to invest in the Palu City's Special Economic Zone. Other efforts including events in the promotion. On occasions like this, Palu City government is taking advantages of the opportunities and meetings with the entrepreneurs to exchange opinions about the Special Economic Zone, various advantages, and charm offered by the Special Economic Zones.

Special Economic Palu area advertisements are still limited to brochures and video ads. It is suggested that at least the Palu City government put online banner/ads on the existing websites. This kind of advertisement just needs a little cost because it is installed on site sites already owned by the Government of Palu.

The weakness of Palu City government's promotional strategies to attract investors to invest in the Special Economic Zones is just a matter of language barrier, mainly with foreign investors. Thus the negotiation process involves a third party as an intermediary regarding language. Furthermore, another problem is the lack of adequate information on the websites so that double contingency is not running optimally. The information contained on the website is very limited and rarely updated. In fact, if well-managed, investors can be interested just by seeing the websites.

References

Anggraeni, N., Siswoyo, M., & Nurfalah, F. (2014). Strategi Public Relations Dalam Mendukung Pemasaran Pembangkit Listrik Nasional. *ASPIKOM*, 206–220.

Cameron, G. T., Wilcox, D. L., Reber, B. H., & Shin, J.-H. (2013). *Public Relations Today: Managing Competition and Conflict*. New York: Pearson.

Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Choudhury, A. H., & Mukherjee, D. K. (2014). Celebrity Endorsement and its Impacts on Students Buying Behaviour towards Personal Care Products. *The International Journal Of Business & Management*, *2*(9), 22–29.

Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus Republik Indonesia. (2017). KEK Palu Resmi Beroperasi. Retrieved November 11, 2017, from http://kek.go.id/berita/2017/08/KEK-Palu-Resmi-Beroperasi-145

Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Handaka, T., Wahyuni, H. I., Sulastri, E., & Wiryono, P. (2017). Perencanaan & Strategi Komunikasi. *ASPIKOM*, 363–378.

Harian Kompas. (2017). 7 Perusahaan Teken MoU Bangun Industri di Kawasan Ekonomi Khusus Palu. Retrieved from http://regional.kompas.com/read/2017/05/17/06550711/7.perusahaan.teken.mou.bangun.industri.di.kawasan.ekonomi.khusus.palu

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Ed 13* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managment*. New York: Pearson.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Morissan. (2014). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

Pride, W. M., Ferrell, O. C., Lukas, B. A., Schembri, S., & Niininen, O. (2015). *Marketing Principles 2nd Edition* (2nd ed.). South Melbourne: Victoria Cengage Learning Australia.

Richard, J., & Hunter, G. S. (2013). The impact area of special economic zones: the effect of FDI on technology and knowledge transfer for native American reservations – a study of employment, innovation and absorptive capacity. *Global Business and Economics Research Journal*, 1–28.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sulawesi Bisnis. (2017). Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Palu Ditawarkan ke Korea Selatan. Retrieved November 14, 2017, from http://sulawesi.bisnis.com/read/20171114/17/197047/kawasan-ekonomi-khusus-kek-palu-ditawarkan-ke-korea-selatan

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Validnews.co. (2017). KEK Palu Resmi Beroperasi. Retrieved November 17, 2017, from http://validnews.co/KEK-Palu-Resmi-Beroperasi-Xst

PETUNJUK BAGI (CALON) PENULIS JURNAL ASPIKOM

1. Artikel yang ditulis untuk Jurnal ASPIKOM meliputi artikel hasil penelitian 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, marjin 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 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. 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.
5. 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*.
6. 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 tujuan, metode, konsep, hasil penelitian dan pembahasan.
7. Bagian pendahuluan untuk artikel hasil penelitian berisi latar belakang, konteks penelitian, hasil kajian pustaka, dan tujuan penelitian. Seluruh bagian pendahuluan dipaparkan secara terintegrasi dalam bentuk paragraf-paragraf, tidak perlu diberi sub-judul pendahuluan.
8. Bagian metode berisi paparan dalam bentuk paragraf tentang rancangan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang secara nyata dilakukan peneliti.
9. Bagian hasil penelitian berisi paparan hasil analisis yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Pembahasan berisi pemaknaan hasil dan pembandingan dengan teori dan/atau hasil penelitian sejenis.
10. Bagian inti atau pembahasan berisi paparan telaah atau pemikiran penulis yang bersifat analitis, argumentatif, logis, dan kritis. Paparan pembahasan memuat pendirian atau sikap penulis atas masalah yang dikupas.
11. Bagian simpulan berisi temuan penelitian yang berupa jawaban atas pertanyaan penelitian atau berupa intisari hasil pembahasan dan substansi, penegasan pendirian atau sikap penulis, dan rekomendasi.
13. 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 disarankan untuk menggunakan Jurnal ASPIKOM sebagai rujukan.
14. 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). Disarankan menggunakan aplikasi perujukan seperti Mendeley dan Zotero.

15. 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. dan Rekha, A. R. (1976). *Communication in Organizations*. New York, NY: The Free Press.

Cunningham, S. dan Turner, G. (Eds.). (2002). *The Media in Australia*. Sydney, Australia: Allen dan 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 Papilon 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. dan 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 Memengaruhi 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. dan York, B. (Producers), dan Scott, R. (Director). (1984). *Bladerunner* [Motion picture]. United States: Warner Brothers

16. Tata cara penyajian kutipan, rujukan, tabel, dan gambar dapat dicontoh langsung dari artikel yang telah dimuat Jurnal ASPIKOM edisi terakhir. Artikel berbahasa Indonesia menggunakan *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan* dan istilah-istilah yang dibakukan oleh Pusat Bahasa.
17. 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.
18. Kepastian pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara tertulis. Penulis akan mendapat imbalan berupa nomor bukti pemuatan sebanyak tiga 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. Calon penulis dimohon mengirimkan artikel beserta lembar pernyataan orisinalitas yang ditandatangani dan bermaterai. Calon penulis juga dimohon melakukan registrasi ke ***www.jurnalaspikom.org*** dan melakukan upload naskah melalui laman OJS tersebut.
21. Konfirmasi pengiriman naskah juga dapat dilakukan melalui *attachment e-mail* ke alamat: ***aspikom.jurnal@gmail.com.***

INFORMASI BERLANGGANAN

Kami mengajak Anda untuk menjadi pelanggan Jurnal ASPIKOM, Jurnal yang dikelola oleh tim Litbang Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi. Jurnal ASPIKOM terbit dua kali setahun, bulan Januari dan Juli dengan harga sebagai berikut:

1. Jurnal mulai Volume 2 Juli 2013-Januari 2016, Harga Rp 50.000,-
2. Jurnal mulai Volume 3 No 1 Juli 2016, Harga Rp 75.000,-
3. Jurnal mulai Volume 3 No 2 Januari 2017, Rp 100.000,-
4. Jurnal mulai Volume 3 No 4 Januari 2018, Rp 100.000,-

Harga belum termasuk ongkos kirim.

Pembayaran dikirim ke Rekening Bank Mandiri 9000041536880 a.n. Yohanes Widodo. Bukti pembayaran dikirim via email ke aspikom.jurnal@gmail.com dan konfirmasi melalui 0816-3284-769.

Pengiriman jurnal akan dilakukan setelah bukti pembayaran/transfer dikirim.

Jika ada pertanyaan lebih lanjut, silakan hubungi kami di 0816-3284-769 atau aspikom.jurnal@gmail.com.

Pemesanan dilakukan dengan cara mengisi formulir online melalui link berikut:
http://bit.ly/order_jurnalaspikom