



PROSIDING SEMINAR NASIONAL FISIP

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PGRI RONGGOLAWA

**“Membangun Etika Komunikasi Politik
dalam Ruang Media Massa”**

Jl. Manunggal No.61 Tuban Jatim
Tlp.(0356) 322233 Fax. 331578
www.unirow.ac.id www.fisipunirow.ac.id

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

Pasal 2

(1) Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta atau pengarang untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana

Pasal 27

(1) Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat satu (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah); atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

(2) Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000,00 (lima ratus juta rupiah)

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
Membangun Etika Komunikasi Politik dalam Ruang
Media Massa

Diselenggarakan oleh:



Prosiding

Seminar Nasional FISIP Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

Copyright © April 2017

Pertama kali diterbitkan oleh FISIP Universitas PGRI Ronggolawe Tuban. Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari pihak penerbit.

Ukuran: 16,5 x 25 cm; Halaman : xxvii+359

ISBN: 978-602-61679-0-3

Ditulis Oleh:

Peserta Call For Paper dan Seminar Nasional FISIP Unirow Tuban
Tahun 2017

Diterbitkan oleh:

FISIP UNIROW Tuban

Alamat Penerbit:

Jl. Manunggal No. 61 Tuban

Telp. (0356) 322233 PSWT. 117

Email: unirowfisip@gmail.com

Kata Pengantar
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas PGRI Ronggolawe (UNIROW) Tuban

Puji syukur kami panjatkan atas rahmat dan hidayah Tuhan Yang Maha Esa yang telah diberikan kepada kita, sehingga buku Prosiding Seminar Nasional dengan tema “Membangun Etika Politik dalam Ruang Media Massa” yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unirow ini dapat terwujud.

Buku prosiding ini memuat sejumlah artikel hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Bapak/Ibu dosen dan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi dan telah dipresentasikan, di antaranya dari Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, Universitas Padjadjaran Bandung, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Universitas 17 Agustus Surabaya, dan universitas lainnya. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankan kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu terselenggaranya acara Seminar Nasional maupun terwujudnya buku prosiding ini.

Semoga buku ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu sosial dan politik dan bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya sehingga membantu upaya mencerdaskan kehidupan bangsa.

Akhirnya, kami mohon maaf atas segala kekurangan yang ada di dalam buku ini. Saran dan kritik yang membangaun tetap kami tunggu demi kesempurnaan karya-karya kami selanjutnya.

Tuban, 15 April 2017

Dekan FISIP

Satya Irawatiningrum, M.I.Kom

Etika Komunikasi Politik dan The Social Construction of Public Administration (SCoPA)

Oleh:

Prof. Dr. Burhan Bungin, M.Si., PhD.¹

arombai@yahoo.com

Abstrak

Perubahan konteks sosial dilingkungan politik Negara-negara di dunia, termasuk Indonesia menghendaki perubahan yang besar dalam mengakomodasi tuntutan masyarakat, dimana media komunikasi sudah menjadi platform perubahan. Menghadapi ini semua *The Social Construction of Public Administration (SCoPA)* menjadi salah satu harapan untuk menciptakan situasi agar pemimpin dan program-programnya diterima oleh masyarakat. Dengan menggunakan metode naratif, kajian ini menguraikan tentang peran SCoPA sebagai salah satu pendekatan pemimpin Negara dan daerah di era postmodern dalam menjalankan tugas mereka. Sehubungan dengan itu etika komunikasi politik juga perlu dipertimbangkan untuk mengontrol sejauhmana SCoPA dapat dijalankan. Salah satu hambatan yang dihadapi adalah Hoax sebagai suatu keniscayaan dalam perkembangan media komunikasi di level *communication jammed*.

Keywords: *The Social construction of public administration, pencitraan, komunikasi politik, hoax, communication jammed*

¹ **Burhan Bungin** adalah Profesor Ilmu Sosiologi Komunikasi di Kajian Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. PhD Communication. Ketua Program Studi Doktor Ilmu Administrasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Peneliti Senior Pusat Kajian Metodologi dan Filsafat-BurhanBungin Magistra College-The BuBu Center. Penulis Buku-Buku Laris Metode Penelitian Sosial. Penemu dan Penggagas Konsep Trilogi Metode Penelitian Sosial. Menggagas beberapa konsep; pornomedia, sosiologi komunikasi dan teori konstruksi sosial media massa. Pendiri Indonesian Researcher Academy-IRA, Deklarator /Pembina Indonsian Qualitative Research Association (IQRA).

Pendahuluan

Pemilihan Presiden Republik Indonesia tahun 2014 telah berlangsung secara fenomenal. Hanya dua pasang calon presiden yang bertarung dalam pemilihan presiden di Indonesia yaitu Prabowo Subianto-Hatta Rajasa (Prabowo-HR) dan Joko Widodo-Jusuf Kalla (Jokowi-JK) merupakan fenomena yang pertama di Indonesia. Dua pasang calon ini bersaing secara ketat dalam kampanye dan di dalam perhitungan suara. Bahkan secara fenomenal pula, media-media mainstream (televisi dan surat kabar) memberikan dukungan pemberitaan dan iklan sejak saat kampanye hingga perhitungan suara.

Namun, media mainstream ini seakan terbelah dua, media berlomba-lomba memberitakan data-data dari berbagai lembaga survey dengan angka-angka yang berbeda. Televisi dan lembaga survey sepertinya telah memihak kesalah satu dari dua calon presiden itu sejak survey, pelaksanaan kampanye dan pada saat perhitungan suara sehingga lahir pemberitaan yang berbeda-beda.

Lembaga survey dan televisi yang sejak kampanye telah memihak kepada Prabowo (HR) selalu menyiarkan jumlah perhitungan suara yang memenangkan calon Presiden Prabowo-HR, sedangkan lembaga-lembaga survey dan televisi yang memihak kepada Jokowi (JK) juga memberitakan angka-angka perhitungan suara yang sebaliknya.

Melihat fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa partai-partai politik yang berkoalisi untuk memenangkan calon presiden yang didukungnya bersama tim-tim sukses mereka, telah memainkan strategi pemenangan pemilu presiden, termasuk di dalamnya adalah strategi konstruksi sosial pencitraan sosok presiden yang dipandang disukai oleh pemilih pada pemilihan presiden tahun 2014.

Sepintas, Prabowo (HR) terlihat menggunakan strategi konstruksi sosial pencitraan kelompok kelas menengah-atas, dengan menampilkan gaya bicara seperti Bung Karno, menggunakan baju dengan model dan warna kelas menengah di zaman Bung Karno, yaitu semi jaz warna putih susu. Sedangkan Jokowi-JK sepintas terlihat menggunakan strategi konstruksi sosial pencitraan kelompok kelas bawah, yaitu dekat dengan

rakyat melalui “blusukan”, menyebarkan gambar-gambar Jokowi sebagai tukang becak, tukang tambal ban, petani di sawah, tukang semir sepatu dan sebagainya. Gaya berpakaian yang digunakan Jokowi (JK) juga mencitrakan pakaian orang biasa, yaitu kemeja putih tanpa dimasukkan kedalam celana.

Citra adalah rupa, gambar, atau gambaran. Citra merupakan gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Sedangkan citra politik didefinisikan sebagai strategi suatu partai politik, politisi, kepala Negara, kepala daerah untuk membangun gambaran positif diri. Citra politik sangat berkaitan dengan berbagai macam identitas seorang tokoh politik dan tokoh pemerintahan. Sedangkan citra politik juga merupakan rangkaian atribut yang diberikan oleh pihak luar untuk membentuk citra tertentu atas suatu entitas seorang tokoh politik dan tokoh pemerintahan (Suparmin, 2014). Burhan (2015), menyebutkan pencitraan yang dikonstruksi ini sangat penting dalam mengendalikan kemauan pencipta pencitraan, karena pencitraan dilakukan oleh seorang tokoh. Ketika pencitraan itu dimaknakan oleh masyarakat sebagaimana kemauan pembuat pencitraan, maka sesungguhnya yang terjadi adalah kesadaran semu terhadap realitas semu yang digambarkan melalui media sebagai suatu hiper-realitas atau pseudorealistis.

Selain konstruksi sosial pencitraan melalui sosok penampilan, strategi konstruksi sosial pencitraan yang lain dengan menyerang tokoh lawan dengan pencitraan buruk, seperti saling menyebar aib. Sebagai contoh pada uraian lanjutan dari pendahuluan tulisan ini; terkesan bahwa ada strategi konstruksi sosial pencitraan dari kelompok Jokowi (JK) membangun dan menyebar citra buruk Prabowo (HR) sebagai Jenderal buruk, dipecat dari instansinya karena tindakan makar, sementara itu terkesan juga ada strategi konstruksi sosial pencitraan dari kelompok Prabowo (HR) yang mengkonstruksi citra buruk Jokowi sebagai anak PKI, anak Cina, bukan muslim dan sebagainya.

Strategi-strategi konstruksi sosial pencitraan tersebut disebarkan melalui media-media mainstream maupun melalui media sosial, sehingga

masyarakat Indonesia seakan terbelah dua menjadi kelompok masyarakat yang membela Prabowo (HR) dan kelompok masyarakat yang membela Jokowi (JK), hingga pada hari pemilihan umum kondisi ini terlihat dengan aksi-aksi lembaga survey dan media mainstream (televise) menampilkan data-data pemenang pemilu yang berbeda-beda.

Kondisi diatas menyebabkan masyarakat bingung, bertanya-tanya tentang kebenaran dari fenomena apa yang dilihat, didengar, dirasakan tentang berbagai macam pencitraan yang telah dilakukan selama ini. Terutama melihat hasil perhitungan suara yang memenangkan pasangan Jokowi (JK) dengan angka sekitar 8,5 Juta, artinya secara sosiologis masyarakat Indonesia berbentuk piramida dengan posisi terbesar ada di kalangan kelas menengah dan bawah sedangkan secara mengerucut keatas adalah kelas atas. Maknanya, seharusnya sasaran pencitraan Prabowo adalah kelas menengah-atas itu memiliki porsi jumlah suara yang lebih sedikit dari sasaran pencitraan Jokowi (JK) yang mengambil target kelompok kelas menengah-bawah.

Secara logika bahwa seharusnya selisih kemenangan Jokowi (JK) harus lebih besar dari 8,5 juta karena jumlah kelas menengah-bawah Indonesia yang sangat lebih besar dari kelas menengah-atas.

Berdasarkan piramida penduduk 2014, ada 56,7 persen penduduk Indonesia 2014 berada di kelas menengah (Indra, 2014), sedangkan jumlah pemilih pada pemilu 2014 berjumlah 190,4 juta pemilih dan perolehan jumlah suara yang sah di KPU pada pemilu ini adalah sebesar 125 juta.

Dengan demikian, kalau menggunakan angka prosentasi penduduk kelas menengah diatas, maka kita menemukan angka 70,8 juta suara pemilih kelas menengah pada pemilu 2014. Jadi secara nyata pertarungan Jokowi (JK) dan Prabowo (HR) berada di medan kelas menengah dan bawah, sedangkan penentuan kemenangan adalah di pemilih kelas atas. Kalau saja kelas menengah dibagi 60-40 untuk kemenangan Prabowo (HR), karena sasaran kampanye pencitraan mereka di kelas menengah-atas. Sedangkan Jokowi (JK) akan memenangkan pertarungan 60-40 di kelas menengah-bawah, karena sasaran pencitraan Jokowi (JK), pada pemilih kelas bawah. Maka kemenangan Jokowi (JK) di pemilu presiden

2014 adalah karena mereka juga memenangi pertarungan di kelas atas.

Pertanyaanya mengapa pertarungan di pemilu presiden 2014 itu di menangkan oleh Jokowi (JK)? Jawabannya, sesungguhnya Jokowi (JK) telah memenangkan pertarungan di semua kelas sosial, baik kelas bawah, menengah maupun kelas atas, terutama kemenangannya di kelas menengah dan bawah yang jumlahnya jauh lebih besar dari kelas menengah-atas. Petanyaan berikutnya mengapa Jokowi (JK) menang, maka jawabannya karena Jokowi (JK) membangun konstruksi sosial pencitraan yang lebih kuat, lebih berkesan, dan lebih realistic dari apa yang dilakukan oleh Prabowo (HR).

Pertanyaannya, mengapa pencitraan Jokowi (JK) lebih banyak dapat mempengaruhi pemilih. Sejauhmana konstruksi sosial pencitraan yang digunakan oleh kedua pasang calon presiden saat itu mampu mengkonstruksi citra presiden Indonesia yang disukai pemilih, sehingga pemilih meyakini calon presidennya adalah calon yang sesuai untuk menjadi presiden saat itu. Apakah benar strategi konstruksi sosial pencitraan yang dirasakan oleh masyarakat itu adalah startegi yang sesungguhnya dilakukan oleh tim sukses pemenangan pemilu presiden, atau ada pihak lain yang melakukan untuk memancing kekacauan informasi terhadap calon-calon pasangan presiden. Bagaimana sesungguhnya bentuk-bentuk konstruksi sosial pencitraan yang efektif digunakan di dalam pemilu presiden tahun 2019 serta mampu mencitrakan sosok calon presiden yang ideal, namun tidak memecah belah masyarakat Indonesia.

Pencitraan Kebijakan dan Tokoh Publik

Deskripsi kemenangan Jokowi (JK) di pendahuluan tulisan ini, mengantarkan kita kepada pentingnya konstruksi sosial pencitraan sebuah kebijakan Negara dan tokoh publik. Pada kenyataannya saat ini kita hidup di "zaman paradoks," dimana seringkali niat baik negara untuk kemajuan dan upaya Negara untuk meningkatkan kualitas hidup warga Negara menghasilkan konsekuensi yang tidak diinginkan dan sering hasilnya bertentangan dengan keinginan masyarakat (Handy, 1994, Jun, 2005). Paradoks ini terjadi ketika argumentasi pembuat kebijakan

diajukan dengan berbagai pertimbangan, yaitu melindungi lingkungan, melindungi satwa, melindungi cagar budaya, aspek pendapatan Negara, sedangkan aspek kehidupan sosial masyarakat dikorbankan. Suatu kebijakan yang dibuat mempertimbangkan aspek ekonomi yang luas, aspek pembangunan secara nasional, bahkan skala internasional, namun aspek-aspek domestik menjadi ancaman yang luar biasa, sehingga menyebabkan ketimpangan sosial menjadi merajalela.

Alasan utama Negara dalam melaksanakan administrasi publik ataupun membuat kebijakan publik adalah alasan fungsional, pelayanan publik menjadi lebih fungsional, lebih rasional dan pertumbuhan ekonomi semakin tinggi menjadi alasan utama, namun dari aspek lain, bisa saja kebijakan publik telah menghancurkan tatanan lama, dimana hubungan sosial yang intim telah dibangun sangat lama, bahkan sejak masyarakat sosial ada ditempat itu.

Penghacuran kelembagaan sosial merupakan tindakan yang mudah, ketika bulldoser dan alat-alat berat mulai beraksi, namun pemusnahan tatanan sosial yang telah dibangun bersama di tempat ini tidak mungkin dapat diulangi lagi ketika lingkungan sosial lama telah dirusakkan dan diganti dengan lingkungan yang baru.

Di sisi lain keinginan untuk mengelola masyarakat dan lembaga untuk mengatasi pergolakan perubahan, tujuan pembangunan dipandang lebih penting daripada pemerintahan yang demokratis, partisipasi, pertumbuhan manusia, atau keadilan sosial. Meskipun birokrasi melihat kemajuan dan pengelolaan kompleksitas yang diperlukan untuk kerjasama manusia, organisasi birokrasi telah bermusuhan dengan propaganda ide-ide demokrasi. Sejak akhir abad kedua puluh, kita semua telah menyaksikan kekuatan sentrifugal yang bekerja untuk memperbaharui tujuan manusia telah mendominasi pemerintahan, pembangunan, perubahan, dan pemecahan masalah (Jun, 2025).

Sebuah administrasi publik yang bergantung pada politik pluralistik konvensional dan teori manajemen modern tidak memadai untuk memahami krisis saat ini dan fenomena manusia yang kompleks. Selanjutnya, administrasi publik mainstream, yang terlalu menekankan peran manajemen, tidak mampu mengembangkan cara-cara demokratis

untuk menyelesaikan konflik atau menghasilkan solusi yang membumi secara sosial. Apa yang diperlukan dalam krisis saat ini di suatu Negara adalah kebangkitan kreativitas untuk proses kehidupan sosial dialektis dan kemampuan menggabung apa saja yang ada sebagai potensi masyarakat, dalam rangka mengubah struktur, proses sosial dan administratif. Dengan kata lain, apresiasi proses sosial, dari interaksi elemen instrumental dan teknis, serta sarana kolektif dan demokratis menciptakan masyarakat yang lebih manusiawi dan penuh harapan (Jun, 2005).

Menurut Jun (2005) bidang administrasi publik perlu tindakan praktik kritis, self-refleksif jika itu adalah untuk meningkatkan praktek positif saat ini, yang sebahagian besar dipengaruhi oleh orang-orang kritis-kreatif. Sementara kelompok elit ini dimanfaatkan untuk membenarkan ide-ide dan kegiatan mereka, yang telah menghasilkan krisis saat ini, dengan memanfaatkan kemampuan komunikasi publik dan kekuasaan terhadap media. Di Indonesia, hal ini diperlukan oleh Negara, namun disisi lain mengkhawatirkan karena penguasa dan tokoh publik dari kalangan elit kapitalis di Indonesia berlomba-lomba mendirikan industri media sebagai alat kekuasaan. Menjadi paradoks ketika kelompok ini menyebarkan ide bahwa media massa menjadi salah satu pilar Negara mewakili kekuatan rakyat. Pada hal yang mereka maksud dengan “rakyat” itu adalah kekuasaan (kepada rakyat) yang ditebarkan melalui kemampuan finansial mereka.

Walaupun demikian, pandangan postmodern melihat bahwa konstruksi sosial administrasi publik jauh lebih penting untuk sebuah keberhasilan program-program pemerintah. Bahwa kemajuan di bidang komunikasi menjadi keniscayaan di dalam penyelenggaraan Negara. Negara tidak bisa bersembunyi dibalik kekuasaan didalam menghadapi kemajuan komunikasi (media). Negara yang represif terhadap media menjadikan Negara itu terencil dan akhirnya tumbang. Sementara Negara yang terlalu menepiskan peran progresif media juga akan tumbang satu-persatu. Revolusi Timur Tengah yang baru saja merontokkan penguasa-penguasa Negara di kawasan itu menjadi pelajaran yang luar biasa penting bagi kita, bahwa betapa media komunikasi menjadi horror bagi penguasa diberbagai belahan dunia, bila

negara tidak mampu memenej peran ini dengan baik sementara warga Negara-masyarakat telah mengambil alih kekuatan (media-media) komunikasi ini sebagai alat untuk mendekonstruksi kekuasaan dan kekuatan Negara.

Jadi pertanyaannya, Negara harus bagaimana? Amerika sejak era tahun 1990, ketika George Herbert Walker Bush, dan di era kekuasaan George Walker Bush awal tahun 2000, sangat terlihat bagaimana pemerintah Amerika memainkan peran media dalam komunikasi politik luar negeri Amerika. Sejak peristiwa perang teluk, hingga Amerika menginvasi ke Iraq, sampai dengan lahirnya ISIS saat ini, adalah sebuah sejarah panjang Amerika memainkan peran kekuatan komunikasi media-media internasional untuk mengkonstruksi citra Amerika sebagai “polisi dunia” penumpas terorisme dan negara musuh Amerika sebagai negara-negara penghasil terorisme.

Dalam konsteks politik dalam negeri Indonesia, sebelum fenomena kampanye pencitraan dalam pemilu 2014 yang telah dijelaskan di atas, strategi konstruksi sosial pencitraan telah dilakukan sejak era Soekarno, Soeharto dan era reformasi. Walaupun era Soekarno berada di era konsolidasi bangsa, namun Soekarno berhasil mengkonstruksi ajaran Nasakom, Berdikari, dan bahkan Pancasila sebagai kekuatan bangsa Indonesia saat itu. Namun di era Soeharto, konstruksi sosial Soeharto di bangun pada berbagai macam komponen bangsa yang melegitimasi kekuasaannya sebagai pemimpin besar Indonesia. Kita mengenal kata-kata seperti “demi pembangunan”, “melaksanakan Pancasila secara murni dan konsekuen”, “menurut Bapak Presiden”, Dwi Fungsi ABRI, Golkar, Korpri, KNPI, Dharma Wanita, “Diamankan”, “serasi selaras seimbang”, P4, “bersih diri”, GBHN, terakhir adalah “Bapak Pembangunan”, merupakan bentuk-bentuk konstruksi sosial yang berhasil mengkokohkan Soeharno hingga 33 tahun memimpin Indonesia. Sementara di era reformasi, tidak ada satupun kepala negara yang berhasil membangun konstruksi sosial yang kuat hingga berdampak kepada kekuasaannya. Terakhir SBY menggunakan kata “Stop Korupsi” namun akhirnya gagal karena banyak orang dilingkungannya yang korupsi. Begitu juga ketika Jokowi berkuasa, mencoba menggunakan istilah Revolusi Mental, Nawaksara dan Nawacita, kartu sehat, kartu

pintar, tax amnesty, namun sampai saat ini belum menunjukkan kemampuan mengkonstruksi citra Jokowi dengan baik.

Di daerah, banyak pula pemimpin yang berhasil mengkonstruksi berbagai program pembangunan sehingga mereka berhasil memimpin daerahnya, seperti Fadel Muhammad yang berhasil mengkonstruksi Gorontalo sebagai penghasil jagung, Tri Rismaharini yang mampu mengkonstruksi Surabaya sebagai kota yang bersih dari citra buruk Dolly, sebagai kota yang hijau, pemimpin pekerja keras, sehingga terpilih lagi menjadi Walikota Surabaya kedua kali. Bupati Banyuwangi Abdullah Azwar Anas yang berhasil mengkonstruksi citra Banyuwangi sebagai destinasi wisata alternatif disamping Bali. Ridwan Kamil yang mengkonstruksi ikon sebagai pemimpin muda yang berani, tegas dan inovatif. Bupati Bantaeng Nurdin Abdullah, yang mampu merubah Kabupaten Bantaeng yang tertinggal menjadi kabupaten yang maju dengan mendorong masyarakat Banteang yang konsumtif menjadi produktif, sehingga pada tahun 2012 pertumbuhan ekonomi kabupaten ini meningkat menjadi 9%. Terakhir adalah Syahrul Yasin Limpo, Gubernur Sulawesi Selatan yang mampu merubah propinsi ini menjadi propinsi yang mandiri di bidang pangan dan teknologi. Semua keberhasilan ini bukan karena kehebatan pemimpin ini semata, namun karena pandainya pemimpin-pemimpin ini memenej berbagai aspek komunikasi dan media massa serta media sosial sebagai mesin konstruksi sosial bagi dirinya dan program pembangunan yang dipimpinnya.

Dengan kata lain, pemimpin yang berhasil harus memiliki kemampuan memenej aspek komunikasi (media) bagi kepentingan konstruksi sosial terhadap seluruh bangun pencitraannya termasuk dirinya dan berbagai program yang dilakukannya. Sebaik apapun program-program pembangunan yang dilakukan oleh seorang pemimpin, tanpa dilakukan strategi konstruksi sosial terhadap program tersebut, maka belum tentu program itu dapat memberi dampak pencitraan terhadap pemimpinnya. Sebaliknya, sering kali suatu program pembangunan biasa-biasa saja, namun pemimpin mampu mengkonstruksi imej sosial yang kuat terhadap program itu maka akan menjadi program yang dianggap berhasil dan memberi dampak pencitraan terhadap pemimpinnya. Keberhasilan dan kegagalan

melakukan konstruksi sosial tergantung pada bagaimana pemimpin memenej seluruh aspek komunikasi di lingkungannya termasuk media massa dan media sosial.

Hoax; Etika Politik Pencitraan

The Social Construction of public administration (SCoPA) dalam praktek komunikasi politik, merupakan sebuah proses secara keseluruhan dalam kehidupan demokrasi sebuah Negara. Negara-negara yang baru belajar berdemokrasi dan berkomunikasi seperti Indonesia, jauh lebih rumit, bila dibandingkan dengan Negara-negara demokrasi murni.

Ada dua pilihan yang harus diambil oleh Negara, yaitu mencengkram sekuat-kuatnya kebebasan media dan mengatur perkembangan penggunaan teknologi di kalangan warga Negara, seperti RRC-Beijing, atau melepaskan sama sekali perkembangan teknologi di kalangan warga Negara, agar masyarakat belajar sendiri terhadap literasi media.

Kedua cara itu sama-sama mengandung resiko. *Pertama* pengalaman Negara-negara yang menerapkan kebijakan represif terhadap media, contohnya RRC-Beijing, menyebabkan masyarakat menjadi terpenjara didalam dominasi kekuasaan rezim. Walaupun kemajuan ekonomi dapat diciptakan oleh Negara, namun warga Negara merasa kebebasan selalu dibayangi oleh pemerintah sedangkan Negara secara ketat mengontrol warga negaranya. *Kedua* membebaskan warga Negara menggunakan teknologi (media) menyebabkan masyarakat berkembang bersama berbagai aspek komunikasi (media), Negara semakin sulit mengontrol masyarakat dan media menjadi alat kapitalis yang senantiasa mengontrol seluruh aspek kehidupan masyarakat.

Selain harus membuat pilihan-pilihan di atas, Negara juga menghadapi efek Hoax sebagai akibat *communication jammed* yang berlangsung di masyarakat. *Communication jammed* disebabkan karena perkembangan teknologi komunikasi yang tidak bisa dikontrol lagi serta *communication traffic* yang sangat rumit menyebabkan mudah bermunculan berita-berita hoax sebagai suatu tindakan konstruksi sosial sederhana namun menjadi musuh masyarakat dan Negara.

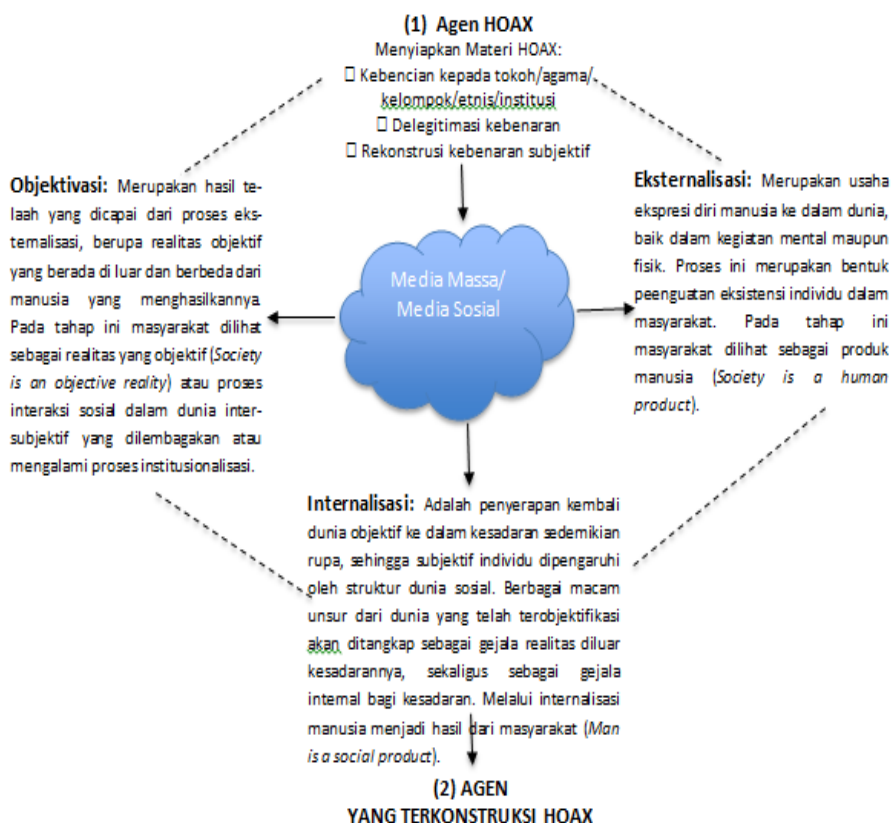
Hoax lebih sederhana (diagram 1) bila dibandingkan dengan proses konstruksi sosial media massa karena itu, hoax memiliki “masa hidup” dalam kognitif lebih pendek dari pada konstruksi sosial media massa. Walaupun demikian hoax memiliki daya rusak sporadik yang kuat dan luas di masyarakat.

Hoax adalah salah satu persoalan serius dalam etika komunikasi politik, karena selain memiliki efek hiburan, hoax dapat merusak citra lawan-lawan politik. Oleh karena itu hoax sesungguhnya adalah musuh masyarakat dan Negara. Semua berita hoax tidak saja merugikan subjek hoax namun juga menyerang dan merusak tatanan etika politik di masyarakat, bahkan hoax dapat menjadi mesin pembunuhan karakter seseorang.

Di masyarakat yang belum tumbuh kesadaran literasi media yang baik, hoax menjadi medium tumbuh kembangnya secara dinamis dalam spectrum yang luas, baik untuk menyerang sekelompok orang, lawan politik maupun menyerang tokoh, agama, kelompok, etnis maupun institusi melalui delegitimasi kebenaran dan rekonstruksi kebenaran subjektif.

Epistemologi
The Social Construction of HOAX (SCoR-Hoax)

Diagram 1: Epistemologi SCoR-Hoax



Proses pertumbuhan hoax memiliki siklus sederhana seperti diagram 1, dimana secara sadar agen hoax menyiapkan konten hoax kemudian menyebarkan konten hoax ke media sosial untuk dibroadcast ke setiap orang yang terkoneksi dengan media sosial sebagai media inkubasi didalam proses objektivasi, eksternalisasi dan internalisasi, akhirnya terkonstruksi imej sosial kebenaran hoax disetiap orang (agen hoax).

Penutup

The social construction of public administration (SCoPA) merupakan salah satu kajian penting komunikasi politik postmodern yang secara khusus mengkaji perilaku dan kemampuan pimpinan negara memenej kekuatan aspek-aspek komunikasi dan media disekitarnya untuk membangun realitas diri dan kekuasaannya melalui berbagai program yang telah dilakukan sehingga tercipta satu atau beberapa bangunan sosial (pengetahuan) masyarakat yang mencitrakan dirinya sebagai pemimpin yang berhasil, pemimpin yang diidolakan dan pemimpin yang diharapkan oleh masyarakatnya. Pencitraan ini akan mengekalkan “kekuasaannya” di masyarakat yang dipimpin.

Secara substansi, *imej The social construction of public administration* (SCoPA) merupakan kesadaran yang berasal dari kepentingan actor (pemimpin) untuk membangun pengetahuan masyarakat terhadap citra dirinya serta program-program yang dilakukan, melalui suatu pesan pencitraan yang dikonstruksi secara baik dan positif untuk mencapai sasaran pencitraan yang diinginkan pemimpin (aktor) tersebut.

Pemimpin yang kuat dan hebat adalah yang memiliki konstruksi sosial yang kuat dimana program/kebijakan yang hebat adalah yang dilakukan konstruksi sosial sekuat-kuatnya, sehingga keberhasilan pemimpin dan program/kebijakan tidak saja ditentukan oleh output dan outcome, namun juga ditentukan oleh kekuatan konstruksi sosial pelaksanaannya.

Daftar Rujukan

- Berger, P. and Luckmann, T. (1967). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: United State by Anchor Books
- Burhan, B. (2014). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenada media
- Burhan, B. (2015). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media

Burhan, B. (2015). *Komunikasi Pariswisata; Tourism Communication, Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenada Media

Jun, S. Jong. (2005). *The Social Construction of Public Administration; Interpretive and Critical Perspective*. Albany: State University of New York Press.

Indra Arief Pribadi. (2004) *Populasi kelas menengah Indonesia meningkat tajam*. Diakses dari Antaraneu.com, Rabu, 16 April 2014 16:29

Searle, J.R. (1997). *The Social Construction of Reality*. New York: The Free Press

Analisis Pencitraan Politik di Indonesia

Oleh:

Satya Irawatiningrum

FISIP Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

regzinata2012@gmail.com

Pendahuluan

Berbicara mengenai pencitraan politik, tentunya tidak lepas dari kandidat calon eksekutif maupun anggota legislatif. Di Indonesia, pencitraan politik sebagai salah satu konsentrasi kajian dalam komunikasi politik, mulai merebak pada Pemilihan Umum (Pemilu) 1999, yang semakin berkembang dan atraktif setelah penerapan sistem pemilihan langsung dalam Pemilu 2004. Sedikitnya, ada empat momentum politik secara langsung bersinggungan dengan publik. Pertama, Pemilihan Umum (pemilihan anggota legislatif). Kedua pemilihan Presiden secara langsung. Ketiga, pemilihan gubernur secara langsung. Keempat, pemilihan Bupati atau Walikota secara langsung.

Pencitraan politik berkaitan dengan pembuatan informasi atau pesan politik oleh komunikator politik (politikus atau kandidat), media politik (media massa, media sosial, dan/atau media format kecil), dan penerima atau khalayak politik (publik). Citra politik yang terbentuk di benak publik, tidak selamanya sesuai dengan realitas yang sebenarnya, karena mungkin hanya sama dengan realitas media atau realitas buatan media, yang disebut juga sebagai realitas tangan kedua (*second hand reality*).

Kemampuan mengelola citra menjadi penjelasan yang paling representatif dalam banyak pemilihan umum. Misalnya kemenangan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dalam pemilihan presiden secara langsung pada tahun 2004. Meroketnya karir politik SBY pada masa reformasi kemudian dikait-kaitkan dengan mitos *satria piningit* yang

akan muncul untuk memimpin bangsa Indonesia. Pencitraan *satria piningit* ini sengaja digulirkan tim kampanye SBY untuk memenangkan pemilu presiden secara langsung yang untuk pertama kalinya diselenggarakan di Indonesia. SBY yang tampil lebih sederhana, lebih rendah hati daripada lawan politiknya, Megawati. Iklan politik yang ditayangkan pun menampilkan citra pembawa perubahan, pembawa kebersamaan, pemimpin yang sederhana dan santun

Pada tahun 2012, Joko Widodo (Jokowi) memenangkan Pilkada DKI Jakarta dengan mengalahkan petahana Fauzi Bowo. Seperti diketahui, Jokowi merupakan mantan walikota Solo yang dicitrakan sebagai orang yang jujur, polos, dan berintegritas. Kebiasaan *blusukan* menjadi citra yang melekat pada Jokowi sebagai pemimpin daerah. Sosok Jokowi yang mendapat peluang besar sebagai media darling pada waktu itu bahkan diliput oleh media luar negeri, *New York Times*, dalam artikel berjudul “*Outsider Breathing New Ideas Into Jakarta Election*”, juga menonjolkan figur Jokowi dalam Pilkada DKI Jakarta, termasuk keunggulannya atas Fauzi Bowo yang diibaratkan gajah karena didukung partai-partai besar, sementara Jokowi sebagai semut karena hanya didukung dua partai.

Pada 2015 kemarin, Bupati Fathcul Huda kembali memimpin Kabupaten Tuban untuk yang kedua kalinya, setelah didukung oleh 9 dari 10 partai yang ada di Kabupaten Tuban. Citra Huda sebagai seorang kyai yang rendah hati, jujur, dan kharismatik telah mampu untuk menghipnotis masyarakat Tuban untuk tidak mencalonkan diri sebagai calon bupati tandingannya.

Seiring dengan perubahan sistem politik di Indonesia, utamanya dalam Pemilu 2009, dengan masa kampanye lebih lama dan sistem suara terbanyak, membuat komunikasi dan pencitraan politik yang dilakukan politisi, baik secara institusional maupun individual, semakin beragam dan menarik, melalui berbagai strategi yang terkadang mengabaikan etika politik. Pertama, *pure publicity*, yaitu mempopulerkan diri melalui aktivitas masyarakat dengan *setting* sosial yang natural atau apa adanya. Misalnya, perayaan hari-hari besar, Hari Kemerdekaan, dan lain-lain. Pada umumnya, partai maupun kandidat, memanfaatkan kesempatan

tersebut untuk mencitrakan apa yang disebut Nimmo (2006) sebagai “diri politik” sang politisi. Kedua, *free ride publicity*, yaitu publisitas dengan cara memanfaatkan akses atau “menunggangi” pihak lain untuk turut mempopulerkan diri. Tampil menjadi pembicara di sebuah forum, berpartisipasi dalam event-event olah raga, mensponsori kegiatan-kegiatan sosial dan lain-lain. Ketiga, *tie-in publicity*, yaitu memanfaatkan *extra ordinary news* – kejadian sangat luar biasa. Peristiwa tsunami, gempa bumi atau banjir misalnya. Kandidat dapat mencitrakan diri sebagai orang atau partai yang memiliki kepedulian sosial yang tinggi. Sebuah peristiwa luar biasa, selalu menjadi liputan utama media, sehingga partisipasi di dalamnya sangat menguntungkan secara politik. Keempat, *paid publicity*, yaitu cara mempopulerkan diri lewat pembelian rubrik atau program di media massa. Misalnya, pemasangan advertorial, iklan, *blocking time program*, dan lain-lain.

Menurut survey yang dilakukan oleh *Pew Research Center for the People and the Press* terhadap sekitar 200 konsultan politik di seluruh dunia pada tahun 1997 – 1998, ditemukan fakta bahwa kualitas dari pesan-pesan kampanye politik sebuah partai politik dan strategi pencitraan para pemimpin partai politik merupakan faktor utama dalam menentukan kemenangan dalam pemilihan umum, sehingga selain faktor biaya yang mutlak dipersiapkan untuk menggerakkan mesin politik, pencitraan partai politik dan pemimpin partai politik merupakan kunci penentu kemenangan.

Komunikasi Politik di Indonesia

Sebelum membahas lebih luas tentang komunikasi politik di Indonesia, ada baiknya untuk memahami definisi dari komunikasi politik itu sendiri. Luasnya bidang kajian komunikasi politik, pada akhirnya memunculkan banyak defenisi. Beberapa ilmuwan yang memaparkan definisi komunikasi politik, di antaranya; R.M. Perloff (1998) mendefinisikan komunikasi politik sebagai proses di mana pemimpin, media, dan warganegara suatu bangsa bertukar dan menyerap makna pesan yang berhubungan dengan kebijakan publik. Dalam definisi ini, Perloff menjadikan media sebagai pihak yang ikut melakukan komunikasi politik.

Menurut Gabriel Almond (1960), komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. Astrid S. Soesanto (dalam Ardial, 2010) mengartikan komunikasi politik sebagai komunikasi yang diarahkan pada pencapaian pengaruh sedemikian rupa sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik. Definisi yang lebih singkat diungkapkan oleh Cangara (2009) bahwa komunikasi politik adalah suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik.

Komunikasi politik adalah fungsi penting dalam sistem politik. Pada setiap proses politik, komunikasi politik menempati posisi yang strategis. Bahkan, komunikasi politik dinyatakan sebagai “urat nadi” proses politik. Berbagai macam struktur politik seperti parlemen, kepresidenan, partai politik, lembaga swadaya masyarakat, kelompok kepentingan, dan warganegara biasa memperoleh informasi politik melalui komunikasi politik ini. Setiap struktur jadi tahu apa yang telah dan akan dilakukan berdasarkan informasi ini.

Di Indonesia, komunikasi politik mulai berkembang sejak Orde Reformasi. Meskipun kegiatan komunikasi politik sudah dilakukan oleh para aktor politik semenjak Presiden Soekarno dengan slogan-slogan yang dikampanyekannya. Di zaman Orde Baru, Soeharto berhasil memanfaatkan ketidakpuasan rakyat terhadap kepemimpinan sebelumnya, dengan isu “bahaya laten komunis” dan “melaksanakan Pancasila dan UUD 45 secara murni dan konsekuen” merupakan kata kunci keberhasilan komunikasi politik Soeharto dalam meraih simpati dan dukungan rakyat.

Hal yang menyebabkan studi komunikasi politik sedikit terlambat berkembang di Indonesia, karena tekanan rezim Orde Baru yang kurang senang terhadap segala sesuatu yang berbau politik. Akan tetapi semenjak Orde Reformasi membuka keran kebebasan mengemukakan pendapat, studi komunikasi politik mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Komunikasi politik di Indonesia semakin berkembang dengan maraknya media massa yang digunakan untuk menyebarkan informasi politik maupun pembentukan citra, baik media cetak maupun media elektronik. Bahkan saat ini media sosial menjadi sarana yang manjur untuk melancarkan propaganda-propaganda menjelang pemilihan kepala daerah misalnya. Media sosial yang dianggap sebagai kebutuhan oleh masyarakat Indonesia saat ini memiliki kekuatan yang besar untuk mempengaruhi khalayak. Seperti yang terjadi pada Pemilihan Gubernur DKI 2017, opini publik yang terbentuk di media sosial mempengaruhi partisipasi pemilih, sehingga angka golongan putih (golput) menurun bila dibandingkan dengan Pilkada tahun 2012. Pada Pilkada tahun 2012 warga DKI yang tidak menggunakan hak pilih sebesar 36,6%, sedangkan pada tahun 2017 (putaran pertama) turun menjadi 23% (tempo.co).

Pelaksanaan komunikasi politik di Indonesia tentu tidak terlepas dari kebebasan pers. Di era keterbukaan yang dikenal dengan istilah masa global, peranan pers sebagai sarana komunikasi politik di Indonesia sangat penting untuk menyalurkan berbagai kebijakan kepada masyarakat, baik yang datang dari atas maupun bawah. Namun kebebasan pers digunakan secara berlebihan sehingga orang mulai bicara tentang kebablasan pers. Meskipun dari pihak penguasa berkurang intervensinya, kelompok-kelompok penekan timbul dalam masyarakat yang bertindak anarkis terhadap pers. Selama kebebasan pers dapat dipertahankan, kemungkinan lebih besar dalam abad informasi ini bagi pesatnya perkembangan pers Indonesia dan menjelma sebagai *the fourth estate* di samping eksekutif, legislatif dan yudikatif. Sistem politik Indonesia dewasa ini sedang mengalami proses demokratisasi yang membawa berbagai frekuensi tidak hanya terhadap dinamika politik, melainkan juga terhadap dinamika sistem lainnya yang menunjang penyelenggaraan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Pembangunan sistem politik yang demokratis tersebut diarahkan agar mampu mempertahankan keutuhan wilayah Republik Indonesia, dan makin memperkokoh persatuan dan kesatuan Indonesia yang akan memberikan ruang yang semakin luas bagi perwujudan keadilan sosial dan kesejahteraan yang merata bagi seluruh rakyat Indonesia.

Pencitraan Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membentuk citra politik yang baik pada khalayak. Menurut Ardial (2009), citra politik merupakan gambaran seseorang yang terkait dengan politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik, dan konsensus). Citra politik terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, baik langsung maupun media politik, termasuk media massa dan media sosial yang menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual. Meskipun demikian, citra politik bisa berbeda dengan realitas yang sesungguhnya atau tidak merefleksikan kenyataan obyektif.

Citra politik tersusun melalui persepsi yang bermakna tentang gejala politik dan kemudian menyatakan makna itu melalui kepercayaan, nilai, dan pengharapan dalam bentuk pendapat pribadi yang selanjutnya dapat berkembang melalui opini publik.

Nimmo (2006) menjelaskan bahwa citra seseorang tentang politik tersusun melalui pikiran, perasaan, dan kesudian subyektif yang akan memberi kepuasan baginya, dan memiliki tiga kegunaan. *Pertama*, memberi pemahaman tentang peristiwa politik tertentu. *Kedua*, kesukaan atau ketidaksukaan umum pada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik. *Ketiga*, citra diri seseorang dalam cara menghubungkan diri dengan orang lain.

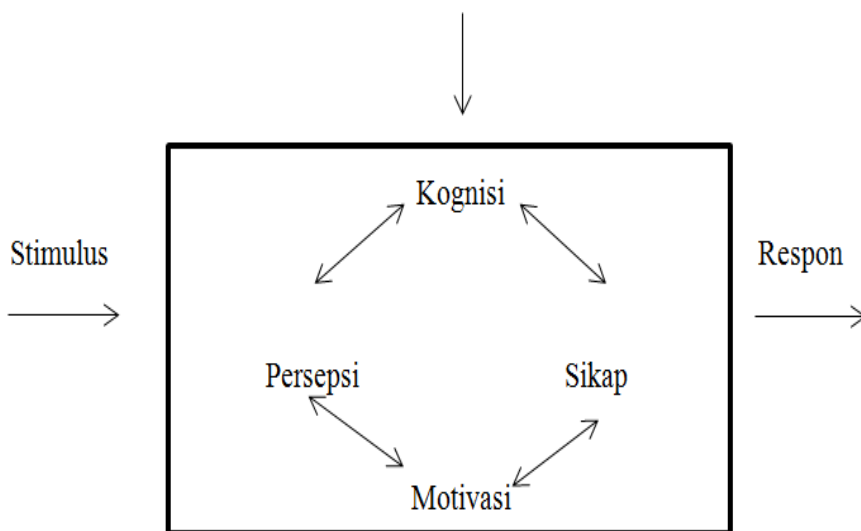
Menurut Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2012), terdapat empat komponen pembentukan citra antara lain:

1. Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi inilah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.
2. Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang

tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

3. Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.
4. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.

Berikut ini adalah model pembentukan citra dalam struktur kognitif yang dipaparkan oleh John S. Nimpoeno (dalam Soemirat dan Ardianto):



Gambar 1.1 Model Pembentukan Citra (Soemirat dan Ardianto, 2012:115)

Proses ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respon. Stimulus atau rangsangan yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Jika

rangsangan ditolak, maka proses selanjutnya tidak akan berjalan. Hal ini menunjukkan bahwa rangsangan tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak adanya perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsangan itu diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan. Begitu pula dengan citra politik dalam hubungannya dengan publik, haruslah senantiasa mengorganisasi pesan agar stimulus yang ada pada publik akan diterima dengan baik, dalam hal ini mencapai citra yang baik.

Menyikapi perkembangan politik pencitraan dalam pentas demokrasi Indonesia, dalam level sederhana politik pencitraan termasuk *political marketing*, karena kandidat dipasarkan mirip menjual sebuah produk. Jika lebih canggih, bisa dikategorikan politik komunikasi, yaitu politisi mensosialisasikan kebijakan secara substansial dengan cara-cara yang memikat publik. Sebagai unsur terpenting yang menjadi pertimbangan pemilih dalam menentukan pilihannya, maka tidak mengherankan jika politisi memanfaatkan konsep citra untuk menjembatani jarak antara perilaku pemilih yang dipahami politisi dengan apa yang sesungguhnya tersimpan di benak para pemilih (Nimmo dalam Newman, 1999:354).

Di antara media pencitraan politik yang sangat menonjol saat ini adalah industri media massa. Kekuatan utama media di era informasi adalah kemampuan media dalam mengkonstruksi realitas. Artinya, kekuatan dalam mengemas berbagai isu yang ada, sehingga menonjol ke permukaan dan akhirnya menjadi perbincangan publik (*public discourse*) yang menarik. Artinya, penguasaan atas media akan menjadi pintu masuk dalam pengemasan dan penguasaan opini publik. Selanjutnya, dengan menguasai opini publik diharapkan akan mudah mengarahkan kecenderungan pilihan khalayak sesuai dengan yang diharapkan. Opini dalam perspektif komunikasi dipandang sebagai respon aktif terhadap stimulus yakni respon yang dikonstruksi melalui interpretasi pribadi yang berkembang dari citra dan menyumbang citra.

Dalam konteks komunikasi politik, peran media dalam mengulas Pilkada langsung tak sebatas hanya pada masa kampanye saja. Bisa

dikatakan konstruksi citra politik dibangun terus-menerus mulai pendaftaran calon kepala daerah ke dalam berbagai ruang publik yang disediakan media massa. Citra dan stereotip secara sadar merupakan dua hal yang terus diusung media. Efek dari komunikasi politik disengaja atau tidak telah melahirkan keberpihakan media.

Perkembangan teknologi telah mengantarkan bukan hanya media cetak dan elektronik saja untuk membangun citra, tetapi kehadiran media sosial menambah deretan media yang bisa digunakan sebagai “medan perang” para politisi untuk menciptakan citranya. Media sosial memudahkan seluruh pengguna untuk mengaksesnya hanya dengan melalui *handphone*. Posisi kemudahan dan kecepatan media sosial inilah yang menjadikan media sosial sebagai media yang efektif untuk kampanye.

Media dengan berbagai bentuknya mampu mendongkrak popularitas, membentuk citra, baik *good image* maupun *bad image*. Sehingga penggunaan media harus benar-benar memperhatikan isi pesan oleh aktor politik. Kemampuan mengakses media, kemudian mengelola isu, opini, dan persepsi akan menentukan keberhasilan seorang politisi.

Penutup

Dalam komunikasi politik, komunikasi merupakan urat nadi dalam berpolitik. Komunikasi melalui media bahkan mampu menggalang dan menghimpun dukungan politik, membangun citra maupun menjatuhkan citra. Dalam era mediasi tersebut, fungsi media massa dalam komunikasi politik bisa menjadi penyampai (*transmitter*) pesan-pesan politik dari pihak-pihak di luar dirinya, sekaligus menjadi pengirim (*sender*) pesan politik yang dikonstruksi oleh wartawan kepada khalayak. Artinya, secara teoritis, hubungan politisi dan media bisa berjalan harmoni. Media massa bisa memediasi kegiatan politik dari para politisi kepada masyarakat. Dan sebaliknya, media juga bisa memediasi opini, tuntutan, atau reaksi masyarakat kepada para politisi. Media massa adalah ruang lalu lintas bagi segala macam ide-ide yang menyangkut kepentingan orang banyak.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa media massa di dunia maya, sehingga media massa yang dulunya hanya bisa dinikmati oleh masyarakat yang terbatas secara geografis, maka di dunia maya ini media massa bisa dinikmati secara interaktif dan menjangkau masyarakat lebih luas lagi. Implikasinya, masyarakat Indonesia sendiri sudah tergantung dengan yang namanya internet.

Di Indonesia, penggunaan internet pada tahun 2016 sebanyak 132,7 juta orang, 79 juta di antaranya menggunakan internet untuk media sosial. Jumlah ini setiap tahun diyakini semakin naik. Ini merupakan pasar potensial untuk melancarkan pesan-pesan politik melalui media sosial. Sehingga media sosial sekarang seperti medan pertempuran bagi aktor-aktor politik untuk menyerang lawan-lawan politiknya. Demikian juga untuk membentuk citra politik para aktor politik, dengan mudahnya mereka membuat kegiatan atau gaya politik untuk menunjukkan citra politiknya melalui media sosial agar tujuannya bisa efisien dan efektif.

Daftar Rujukan

Almond, Gabriel, *The Politics of the Development Areas*, 1960

Ardial, *Komunikasi Politik*, Indeks, Jakarta, 2010

Newman, Bruce. 1 (ed), *The Handbook of Political Marketing*, Sage, 1999

Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2006

Perloff, R.M, *Political Communication: Politics, Press, and Public in America* (New Jersey and London : Lawrence Erlbaum, 1998)

Soemirat, Soleh, dan Ardianto, Elvinaro, *Dasar-Dasar Public Relations*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2012

Gazali, Effendi, *Communication of Politics and Politics of Communication in Indonesia: A Study of Media Performance, Responsibility and Accountability*, Doctoral Thesis Radbound University Nijmegen, 2004

<https://m.tempo.co/read/news/2017/02/23/072849695/pengamat-media-sosial-pengaruhi-pilihan-di-pilkada-dki>

http://www.kompasiana.com/depsinlezta/peran-media-massa-dalam-kehidupan-politik_552927ee6ea834a8728b45b7

Daftar Isi

Kata Pengantar i

Makalah Kunci

Etika Komunikasi Politik dan The Social Construction of Public
Administration (SCoPA)

Oleh; Prof. H.M. Burhan Bungin, *PhD* ii

Makalah Utama

Analisis Pencitraan Politik di Indonesia

Oleh: Satya Irawatiningrum, S.Sos, M.Ikom..... xvi

Daftar Isi xxvii

Implementasi Pelayanan Publik Dalam Perspektif
Komunikasi Pemerintahan (Suatu Studi Tinjauan
Mengenai Standar Operasional Prosedur (SOP)
Monitoring, Evaluasi dan Pengendalian Kebijakan
Pengelolaan Sumber Daya Alam di Kota
Bandung)

Oleh; Aat Ruchiat Nugraha dan Heru Ryanto Budiana..... 1

Implementasi Kebijakan Pelayanan Publik
Melalui Pelayanan Terpadu (Yandu) Sabilulungan
di Kabupaten Bandung

Oleh: Heru Ryanto Budiana dan Dede Mariana 45

Konstruksi Realitas Politik Pilkada Malang dalam
Media Massa Lokal

Oleh: Sugeng Winarno 64

Kearifan Lokal Musik Saronen Sebagai Pengerat
Kerukunan Di Masyarakat Sumenep Madura
Dalam Perspektif Komunikasi

Oleh: Mohammad Insan Romadhan 82

Membangun Pemahaman Kearifan Lokal Melalui
Tayangan “Si Bolang”

Oleh: Trie Damayanti dan Iriana Bakti 93

Kearifan Lokal Kota Pameungpeuk

Oleh: Evi Novianti dan Priyo Subekti 103

Kearifan Lokal Budaya Sunda Dalam
Membangun Etika Komunikasi di Media Massa
(Studi Tentang Filosofi Budaya Sunda ‘Ulah
Ngaliarkeun Taleus Ateul’ Sebagai Kearifan
Lokal Masyarakat Sunda Dalam Perspektif
Membangun Etika Komunikasi di Media Massa)

Oleh: Yustikasari 116

Potensi Modal Sosial Dalam Perancangan Model
CSR Di Kabupaten Bandung Barat

Oleh: Iriana Bakti dan Priyo Subekti 129

Literasi Media Televisi di Kalangan Masyarat
Petani di Desa Sukamukti Kabupaten Ciamis

Oleh: Priyo Subekti dan Evi Novianti 138

Peran Komunitas Literasi dalam Mengembangkan Literasi
Media Di Tuban

Oleh: Amrullah Ali Moebin,M.I.Kom..... 149

Komunikasi Humor pada Berita Hoax di Media Sosial

Oleh: D. Jupriono, Hamim, dan Arief Darmawan..... 165

Komunikasi Interpersonal yang Ideal Antara
Orang Tua dan Anak (Studi Kualitatif
Berdasarkan Surat Maryam ayat 42-48)

Oleh: Seviyenti Fikroh dan Kristin Tri Lestari..... 181

Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Informasi
Melalui Program Ketahanan Pangan Hanjeli di
Lahan Marginal di Desa Kadungora Garut

Oleh: Lukiat Komala, Priyo Subekti, dan Kokom
Komariah..... 198

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Ekonomi
Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Tunggilis
dan Desa Banjarharja Kecamatan Kalipucang
Kabupaten Pangandaran

Oleh: Kokom Komariah, Priyo Subekti, danTrie
Damayanti 208

Komunikasi Bencana Melalui Kegiatan
Pemberdayaan Berbasis Rekonstruksi Ekonomi
Bagi Perempuan Korban Erupsi Kelud Di Dusun
Laharpang Kabupaten Kediri

Oleh: Prima Ayu Rizqi Mahanani 220

Dinamika *Relationship* Dalam Komunikasi
Antarbudaya Mahasiswa Sulawesi Tengah dan
Mahasiswa Jawa di Yogyakarta

Oleh: Donal Adrian, Ardi Kusumo Wardhono, dan
Dewajani Sitouresmi 244

Penggunaan Media Baru Sebagai Saluran Komunikasi
Budaya Lokal

Oleh: Santi Susanti dan Fitri Perdana 261

Suro Doro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti
dan Strategi Rekonsiliasi dan Resolusi
Konflik (Membangun Tatanan Baru Tradisi Suran
Agung)

Oleh: Maria M. Widiantari, S.Sos., M.Si 285

Stereotip Etnis Batak Dalam Program *Stand Up Comedy*
Boris Manulang

Oleh: Dewi Sri Andika Rusmana 302

Sosial Media dan Demokrasi Politik

Oleh: Nurtyasih Wibawanti Ratna A. dan Dhimam
Abror 323

Media Relations sebagai Strategi Komunikasi Politik

Oleh: Kholid, M.Si 332

Regulasi Uu No 32 Tahun 2002 Tentang
Penyiaran Dalam Upaya Penguatan Komisi
Penyiaran Indonesia

Oleh: Muhamad Ali Shodikin, MH 343

Implementasi Pelayanan Publik dalam Perspektif Komunikasi Pemerintahan

(Suatu Studi Tinjauan Mengenai Standar Operasional Prosedur (SOP) Monitoring, Evaluasi Dan Pengendalian Kebijakan Pengelolaan Sumber Daya Alam Di Kota Bandung)

Oleh:

Aat Ruchiat Nugraha, Heru Ryanto Budiana

Prodi Humas Fikom Unpad

heru.prodihumas@gmail.com

Abstrak

Kekayaan alam yang terkandung dalam wilayah hukum administrasi kota Bandung merupakan kekayaan alam yang terbarukan dan tak terbarukan memiliki peranan penting dalam memenuhi hajat hidup orang banyak, karena itu pengelolaan dan pemanfaatannya harus dikuasai oleh negara untuk dapat memberi nilai tambah secara nyata bagi peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan. Pemerintah kota Bandung sebagai bagian penyelenggara kekuasaan di bidang pengelolaan sumber daya alam, harus memiliki misi yang jelas untuk dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberian pelayanan yang baik dan terstruktur kepada masyarakat. Salah satu bentuk pelayanan kepada masyarakat adalah penyediaan aturan dan mekanisme atau prosedur pengelolaan dan pemanfaatan di bidang sumber daya alam, sehingga masyarakat luas dapat berperan aktif sebagai bagian dari pemangku kepentingan yang akan memanfaatkan sumber daya alam. Kajian ini menggunakan metodologi penelitian berupa kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berdasarkan kajian yang ada, kemudian mengidentifikasi dan menyesuaikan/*cross check* dengan kondisi riil di lapangan, serta menganalisa hasil pertemuan/diskusi dengan *stakeholders* terkait. Hasil kajian menunjukkan bahwa mekanisme yang bertahap dalam Monitoring, Evaluasi dan Pengendalian program pembangunan dan pemanfaatan sumber daya alam merupakan bagian dari komunikasi pemerintahan yang dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi penyusunan perencanaan

pembangunan dalam mendukung pengembangan investasi yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di kota Bandung.

Kata Kunci: Implementasi, Komunikasi, Pemerintahan, dan Pelayanan Publik

Pendahuluan

Masalah pelayanan publik dari waktu ke waktu tidak pernah lepas dari kritikan dari berbagai kalangan, khususnya dari masyarakat. Kritikan tersebut biasanya pada aspek-aspek pokok pelayanan yang sering dikeluhkan karena system pelayanan yang berbelit-belit, menyita waktu lama, pegawai yang tidak responsive dan ramah, minim empati, nepotism, dan kurang andal. Salah satu pelayanan publik yang menjadi sorotan adalah pada penyelenggaraan dan pemanfaatan kekayaan sumber daya alam.

Dalam pengelolaan dan pemanfaatan kekayaan sumber daya alam, sering terjadi perbedaan kepentingan sehingga perlu adanya jaminan kepastian hukum dalam pelaksanaan kegiatan di sektor sumber daya alam yang sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku. Sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33, maka bumi, air, dan kekayaan yang terkandung didalamnya dikuasai kepemilikannya oleh Negara. Sedangkan dalam rangka menyelenggarakan pengelolaannya tersebut dapat dilakukan oleh pemerintah pusat, pemerintah provinsi, dan pemerintah kota/kabupaten sesuai dengan kewenangan dan tugas yang telah ditetapkan oleh undang-undang. Selanjutnya, dalam rangka pengusahaan komoditas sumber daya alam diserahkan kepada pelaku usaha (*stakeholders*), yaitu BUMN/BUMD, Badan Usaha Lainnya, Koperasi, dan Perusahaan Perorangan yang bersifat pribadi maupun kelompok.

Pemerintah kota Bandung sebagai bagian penyelenggara kekuasaan kenegaraan di bidang pengelolaan sumber daya alam, harus mempunyai misi yang jelas untuk dapat mencapai kesejahteraan masyarakat melalui pemberian pelayanan yang baik dan terstruktur kepada masyarakat. Salah satu bentuk pelayanan publik kepada masyarakat adalah penyediaan aturan dan mekanisme atau prosedur pengelolaan dan pemanfaatan di bidang sumber daya alam, sehingga masyarakat luas dapat berperan aktif

sebagai bagian pemangku kepentingan. Dalam hal ini, pemerintah kota Bandung berusaha terus untuk memperbaiki sistem pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam yang dilakukan baik melalui aspek teknis maupun aspek kebijakan untuk mendorong kearah perbaikan pelayanan sumber daya alam, khususnya pada aspek pengelolaan dan pemanfaatannya. Pemerintah kota Bandung terus berusaha mencanangkan penerapan profesional dalam pengelolaan sumber daya alam melalui prinsip-prinsip *good governance* yang bersifat akuntabilitas, transparansi, dan penegakkan supremasi hukum dengan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan berkesinambungan termasuk dalam hal memantapkan sistem standar operasional prosedur layanan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam.

Sebagai wujud implementasi Undang-undang No.14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang bertujuan untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik dan meningkatkan peran aktif masyarakat dalam hal pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan, pengawasan, evaluasi, pengendalian serta pemanfaatannya tetap menjaga nilai dari kehati-hatian demi kepentingan keberlangsungan kehidupan berbangsa dan bernegara yang lebih luas. Penyelenggaraan pengelolaan, pengawasan, evaluasi, pengendalian, dan pemanfaatan sumber daya alam yang selama ini menjadi pendukung utama pembangunan nasional yang berkelanjutan diharapkan dapat memenuhi kepentingan generasi saat ini dan masa depan. Untuk itu, harus dapat melahirkan berbagai kebijakan, upaya, dan kegiatan yang berkesinambungan untuk mempertahankan keberadaan sumber daya alam sebagai modal dalam pembangunan nasional dalam rangka mewujudkan kesejahteraan seluruh bangsa (masyarakat) dengan tetap mempertahankan daya dukung dan fungsi lingkungan hidup.

Sampai saat ini masih di kota Bandung masih terjadi berbagai permasalahan dalam pengelolaan, pengawasan, evaluasi, pengendalian, dan pemanfaatan sumber daya alam yang masih mengesampingkan keberlanjutan terhadap fungsi lingkungan hidup bagi kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan, pengawasan, evaluasi, pengendalian, dan pemanfaatan sumber daya alam di wilayah kota Bandung, khususnya yang terkait dengan bidang kehutanan, sumber daya energi, mineral dan pertambangan, lingkungan hidup, dan sumber daya air dapat dilihat

seperti dibawah ini, yaitu (1) pada bidang kehutanan, telah diterapkan beberapa langkah kegiatan yang tercakup dalam program pembangunan di wilayah kota Bandung seperti program perlindungan dan konservasi sumber daya alam Babakan Siliwangi, program revitalisasi dan pengembangan kapasitas pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup di sekitar Taman Kota Djuanda Dago dan taman-taman yang berada di wilayah strategis kota Bandung; (2) Dalam mengendalikan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup beberapa kegiatan yang telah dan sedang dilakukan oleh pemerintah kota Bandung diantaranya adalah program Adipura tingkat kelurahan dengan dibentuk tim kebersihan serta peralatan dan transportasi yang mendukung untuk pelaksanaan penghijauan di wilayah kota Bandung; dan (3) Permasalahan utama yang dihadapi untuk bidang energi yaitu dalam rangka diversifikasi energi telah dilakukan melalui program percepatan substitusi BBM yang diinisiasi oleh pemerintah pusat dengan memanfaatkan energi fosil dan energi baru terbarukan. Seiring dengan itu, dalam rangka konservasi energi di wilayah kota Bandung, telah dilaksanakan melalui implementasi peralatan dan teknologi hemat energi pada instansi-instansi pemerintah (*green government*) dan sektor swasta. Pemetaan permasalahan di bidang sumber daya alam dapat dikategorikan secara teknis dan administrasi. Untuk permasalahan administrasi secara teknis yang teridentifikasi akan dijadikan dasar untuk sarana perbaikan pengawasan dalam pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam yang dapat berfungsi sebagai bagian dari pengawasan implementasi rencana tata ruang dan wilayah (RTRW) kota Bandung melalui pembuatan standar operasional prosedur (SOP) tentang pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam di wilayah kota Bandung yang mudah dipahami oleh masyarakat.

Dalam organisasi pemerintah, SOP biasanya diperlukan untuk pedoman penyelenggaraan kinerja pelayanan kepada publik/masyarakat. Pelayanan publik dalam suatu organisasi dapat dilaksanakan secara optimal, apabila ketentuan administrasi terencana dengan baik yang didukung dengan pelaksanaan kegiatan yang sesuai ketentuan serta adanya kemampuan pelaksana-pelaksana kegiatan yang memadai, sehingga dapat menarik simpati masyarakat sekaligus mendapat kepercayaan masyarakat tidak lain karena adanya motivasi dan partisipasi masyarakat pada kegiatan tersebut. Prosedur operasional

standar/*Standard Operating Procedure* (SOP) digunakan oleh suatu organisasi untuk memberi jejak arsip dan keseragaman tindakan operasionalnya. Penyusunan SOP berbeda peruntukannya pada setiap organisasi. Dalam praktiknya tidak semua SOP yang dibuat dapat diterapkan dalam kegiatan operasional, bahkan parahnya SOP hanya sekedar dokumen yang diletakkan di rak atau lemari karena ia tidak dapat difungsikan sebagaimana mestinya. Oleh karena itulah, perlu cara tepat menyusun SOP sebagai bentuk komunikasi pemerintahan dalam upaya mewujudkan pola komunikasi yang timbal balik, transparan, dan bebas pungutan liar. Selain itu, penyusunan dan pembuatan SOP pada bidang sumber daya alam tersebut dibuat, untuk mendukung tujuan utama pembangunan yang sesuai RTRW kota Bandung di bidang sumber daya alam dan lingkungan hidup, diperlukan suatu Pedoman Standar Operasional Prosedur (SOP) pada Monitoring dan Evaluasi dalam program pembangunan sumber daya alam di kota Bandung sebagai salah satu komponen tatakelola pemerintahan yang profesional.

Saat ini Bagian Pembangunan dan Sumber Daya Alam Sekretariat Kota Bandung memandang perlu bahwa SOP dapat memberikan kepastian gerak langkah/tindakan dan transparansi bagi *stakeholders*, disamping itu internal organisasi SOP akan lebih memperjelas persyaratan dan target pekerjaan dalam format yang siap diimplementasikan pada pekerjaan serta memberikan informasi dengan detail apa yang diharapkan oleh organisasi dalam upaya mewujudkan visi dan misi yang harus dilakukan oleh pegawai dalam menghadapi situasi kondisi yang dihadapi.

Maksud dilaksanakannya kajian ini adalah untuk mengetahui rumusan implementasi standar operasional prosedur Monitoring, Evaluasi dan Pengendalian program pembangunan sumber daya alam oleh pemerintah daerah, khususnya oleh pemerintah kota Bandung yaitu sebagai:

1. Pedoman bagi seluruh *stakeholders* dalam melaksanakan fungsi dan tugasnya di lapangan. Selain itu juga, memberikan panduan sistem informasi kepada *stakeholders* dan masyarakat tentang pemanfaatan dan pengelolaan yang efektif dan efisien dari potensi sumber daya alam di wilayah Kota Bandung.

2. Untuk memberikan mekanisme aturan kebijakan mengenai tahapan kegiatan yang harus dilaksanakan secara komprehensif tentang pemanfaatan dan pengelolaan potensi sumber daya alam di kota Bandung.
3. Untuk memberikan pedoman agar tidak menyimpang dari ketentuan yang ada.

Tujuan penyusunan kajian implementasi standar operasional prosedur Monitoring, Evaluasi dan Pengendalian program pembangunan sumber daya alam di kota Bandung adalah untuk mendayagunakan potensi sumber daya alam, lingkungan alam, dan lingkungan buatan untuk mencukupi kebutuhan pembangunan dan aktivitas kehidupan ekonomi masyarakat sebatas kemampuan daya dukungnya dalam kerangka pembangunan yang berkelanjutan dan sesuai dengan aspek politik, hukum, administrasi kewilayahan, budaya dan sosial ekonomi yang terdapat di wilayah tersebut. Sedangkan sasaran yang ingin dicapai adalah tersusunnya rumusan standar implementasi operasional prosedur Monitoring, Evaluasi dan Pengendalian program pembangunan sumber daya alam di wilayah kota Bandung sehingga nantinya terciptanya keseimbangan antara kemampuan daya dukung alam dan lingkungan yang didukung oleh partisipasi masyarakat terhadap pemeliharaan dan pengelolaan sumber daya alam secara bertanggungjawab dengan memperhatikan faktor-faktor sosial alam dan sosial ekonomi serta tatanan antar wilayah daerah yang terintegrasi dan bersinggungan langsung secara kepentingan dengan kota Bandung.

Tinjauan Pustaka

Pelayanan Publik

Menurut Boediono dalam Hutasoit (2011:13) pelayanan publik adalah pelayanan yang dilakukan oleh birokrasi pemerintah atau lembaga lain yang tidak termasuk badan usaha swasta, yang tidak berorientasi pada laba. Pelayanan ini disebut pula sebagai pelayanan umum yang harus dilaksanakan dalam suatu rangkaian kegiatan terpadu yang bersifat sederhana, terbuka, lincer, tepat, lengkap, wajar dan terjangkau. Menurut Kepmen PAN, pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan public sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Komunikasi Pemerintahan

Menurut Abidin (2016:95) mendefinisikan komunikasi pemerintahan eksternal pada hakikatnya merupakan proses penyebaran informasi dan penerimaan informasi oleh pemerintah kepada publik dan dari publik. Dengan demikian, komunikasi eksternal menunjukkan adanya komunikasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam berbagai tindakan pemerintah dalam bentuk regulasi dan kebijakan yang dibuat dan dilaksanakan oleh birokrasi pemerintah dalam kaitannya dengan kepentingan publik atau masyarakat dan dunia usaha.

Definisi *Standar Operasional Prosedur* (SOP)

Standard Operating Prosedure (SOP) adalah serangkaian instruksi kerja tertulis yang dibakukan (terdokumentasi) mengenai proses penyelenggaraan administrasi organisasi, bagaimana dan kapan harus dilakukan, dimana dan oleh siapa dilakukan. Menurut Tjipto Atmoko, Standar Operasional Prosedur merupakan suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerjapada unit kerja yang bersangkutan. Pedoman Operasional Standar adalah suatu pedoman tertulis yang dipergunakan untuk mendorong dan menggerakkan suatu kelompok untuk mencapai tujuan tertentu. SOP merupakan tata cara atau tahapan yang dibakukan dan yang

harus dilalui untuk menyelesaikan suatu proses kerja tertentu. SOP ini dibuat untuk mengoptimalkan tugas dan fungsi pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam di wilayah kota Bandung. Berdasarkan teoritis SOP terdiri dari 6 bagian pokok yaitu:

- a. Pengumpulan (*collecting*), pengelompokan (*sorting, classifying*) dan verifikasi data (*data verification*);
- b. Penyimpanan (*storage*) dan pendokumentasian (*documentation*);
- c. Pengolahan (*processing*) dan pemuktahiran (*updating*);
- d. Pelayanan data (*data service*) dan pertukaran data (*data exchange*);
- e. Akses publik (*public access*) dan peran masyarakat (*public participation*);
- f. Monitoring data (*monitoring*) dan pelaporan (*reporting*).

Fungsi Dasar SOP

Dua fungsi dasar SOP yang menjadi fungsi esensial bisa digambarkan sebagai berikut:

- a. Sebagai rujukan *knowledge base* bagi kegiatan operasional yang senantiasa diperbarui.

Membantu menterjemahkan tindakan-tindakan pekerjaan dalam bentuk alur pelayanan yang terstruktur dengan merujuk pada *knowledge base* (baca: SOP) ini. SOP disarankan bahkan diharuskan untuk diperbarui apabila adanya alur kerja yang berubah sehingga harus adanya pembaruan berdasarkan keputusan auditor/dewan pengawas sebagai bentuk “jaminan mutu”.

- b. Sebagai arsip pelacakan kegiatan operasional, penilaian, dan perbaikan.

SOP akan menjadi bukti otentik bagi alur pekerjaan yang memerlukan arsip karena SOP biasanya memiliki formulir kerja dalam bentuk berita acara. Dengan adanya audit jaminan mutu berkala secara internal dan eksternal sebagai penilaian, perbaikan-perbaikan untuk penyempurnaan harus dilakukan.

Manfaat *Standard Operating Prosedure* (SOP)

- a. sebagai standarisasi cara yang dilakukan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan yang menyelesaikan tugasnya;
- b. Mengurangi tingkat kesalahan dan kelalaian yang mungkin dilakukan oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas;
- c. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelaksanaan tugas dan tanggung jawab individual pegawai dan organisasi secara keseluruhan;
- d. Membantu pegawai menjadi lebih mandiri dan tidak bergantung pada intervensi manajemen, sehingga akan mengurangi keterlibatan pimpinan dalam pelaksanaan proses sehari-hari;
- e. Meningkatkan akuntabilitas pelaksanaan tugas;
- f. Menciptakan ukuran standar kinerja yang akan memberikan pegawai cara konkrit untuk memperbaiki kinerja serta membantu mengevaluasi usaha yang telah dilakukan;
- g. Memastikan pelaksanaan tugas penyelenggaraan pemerintahan dapat berlangsung dalam berbagai situasi;
- h. Memberikan informasi mengenai kualifikasi kompetensi yang harus dikuasai oleh pegawai dalam melaksanakan tugasnya;
- i. Memberikan informasi dalam upaya peningkatan kompetensi pegawai;
- j. Memberikan informasi mengenai beban tugas yang dipikul oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya.

Tujuan *Standard Operating Prosedure* (SOP)

- a. Agar petugas/pegawai menjaga konsistensi dan tingkat kinerja petugas/pegawai atau tim dalam organisasi atau unit kerja;
- b. Agar mengetahui dengan jelas peran dan fungsi tiap-tiap posisi dalam organisasi;
- c. Memperjelas alur tugas, wewenang dan tanggung jawab dari petugas/pegawai terkait;

- d. Melindungi organisasi/unit kerja dan petugas/pegawai dari malpraktek atau kesalahan administrasi lainnya;
- e. Untuk menghindari kegagalan/kesalahan, keraguan, duplikasi, dan inefisiensi.

Fungsi *Standard Operating Procedure* (SOP)

- a. Memperlancar tugas petugas/pegawai atau tim/unit kerja;
- b. Sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan;
- c. Mengetahui dengan jelas hambatan-hambatannya dan mudah dilacak;
- d. Mengarahkan petugas/pegawai untuk sama-sama disiplin dalam bekerja;
- e. Sebagai pedoman dalam melaksanakan pekerjaan rutin.

Ruang Lingkup Monitoring, Evaluasi, dan Pengendalian

Monitoring atau pengawasan adalah suatu bagian dari proses manajemen yang menunjukkan kegiatan managerial untuk mempertanggungjawabkan bahwa kegiatan-kegiatan dari orang-orang lain yang sesuai dengan rencana yang telah digambarkan untuk mendapatkan tujuan. Dengan kata lain pengawasan adalah suatu usaha agar kegiatan yang direncanakan dilaksanakan dengan baik, dan apabila tidak akan diberikan sanksi berupa hukuman atau penghargaan. Adapun ciri-ciri pengawasan adalah sebagai berikut:

- a. Membandingkan hasil dengan rencana-rencana pada umumnya;
- b. Menilai hasil-hasil dengan standar-standar hasil pelaksanaan;
- c. Menciptakan alat-alat yang efektif untuk mengukur pelaksanaan-pelaksanaan;
- d. Memindahkan data yang terperinci dalam bentuk yang menunjukkan perbandingan-perbandingan dan pertentangan-pertentangan;
- e. Mengajukan tindakan-tindakan perbaikan, apabila diperlukan;
- f. Menyesuaikan pengawasan dengan hasil-hasil pengawasan.

Evaluasi dapat diukur dan dianalisis dengan berbagai cara yang berbeda. Nana Sudjana menjelaskan bahwa evaluasi pada dasarnya

memberikan pertimbangan atau harga untuk nilai berdasarkan kriteria tertentu. Evaluasi adalah suatu proses yang teratur dan sistematis dalam membandingkan hasil yang dicapai dengan tolak ukur atau kriteria yang telah ditetapkan kemudian dibuat suatu kesimpulan dan penyusunan saran pada setiap tahap dari pelaksanaan program (Azwar, 1996). Jadi, evaluasi merupakan a) cara sistematis untuk belajar dari pengalaman-pengalaman yang dimiliki dalam meningkatkan perencanaan yang baik dengan melakukan seleksi yang cermat terhadap alternatif yang akan diambil; b) merupakan proses berlanjut dengan tujuan kegiatan agar menjadi lebih relevan, efisien dan efektif; c) proses menentukan suatu keberhasilan atau mengukur pencapaian suatu tujuan dengan membandingkan terhadap standar/ indikator menggunakan kriteria nilai yang sudah ditentukan; d) didukung oleh informasi yang sah, relevan dan peka (WHO, 1990).

Tujuan evaluasi adalah meningkatkan mutu program, memberikan justifikasi atau penggunaan sumber-sumber yang ada dalam kegiatan, memberikan kepuasan dalam pekerjaan dan menelaah setiap hasil yang telah direncanakan. Suprihanto (1988), mengatakan bahwa tujuan evaluasi antara lain: a) sebagai alat untuk memperbaiki dan perencanaan program yang akan datang, b) untuk memperbaiki alokasi sumber dana, daya dan manajemen saat ini serta dimasa yang akan datang, c) memperbaiki pelaksanaan dan faktor yang mempengaruhi pelaksanaan program perencanaan kembali suatu program melalui kegiatan mengecek kembali relevansi dari program dalam hal perubahan kecil yang terus-menerus dan mengukur kemajuan target yang direncanakan.

Menurut Lavinghouze (2007), bahwa kegiatan evaluasi dilakukan untuk: a) menyediakan pertanggungjawaban kegiatan kepada masyarakat, stakeholders, dan lembaga donor; b) membantu menentukan tujuan yang telah ditentukan pada perencanaan; c) meningkatkan program implementasi; b) memberikan kontribusi untuk pemahaman ilmiah tentang hasil suatu program; dan e) meningkatkan kesadaran dan dukungan terhadap masyarakat, dan f) menginformasikan kebijakan.

Sementara itu, menurut Hawe, et.al. (1998), evaluasi proses dilakukan untuk a) Menilai pencapaian program; b) Menilai kepuasan sasaran; c) Menilai pelaksanaan aktivitas program; d) Menilai tampilan

komponen dan material program. Menurut Supriyanto (1988) tujuan evaluasi adalah:

- a. Memperbaiki pelaksanaan dan perencanaan kembali suatu program. Sehubungan dengan ini perlu adanya kegiatan-kegiatan yang dilakukan antara lain memeriksa kembali kesesuaian dari program dalam hal perubahan-perubahan kecil yang terus-menerus, mengukur kemajuan terhadap target yang direncanakan, menentukan sebab dan faktor di dalam maupun di luar yang mempengaruhi pelaksanaan suatu program.
- b. Sebagai alat untuk memperbaiki kebijaksanaan perencanaan dan pelaksanaan program yang akan datang. Hasil evaluasi akan memberikan pengalaman mengenai hambatan dari pelaksanaan program yang lalu dan selanjutnya dapat dipergunakan untuk memperbaiki kebijaksanaan dan pelaksanaan program yang akan datang.
- c. Sebagai alat untuk memperbaiki alokasi sumber dana dan sumber daya manajemen saat ini serta di masa mendatang.

Berdasarkan ruang lingkupnya menurut Azwar (2000), evaluasi dapat dibedakan menjadi empat kelompok yaitu: 1) evaluasi terhadap masukan (Input) yang menyangkut pemanfaatan berbagai sumber daya, baik sumber dana, tenaga dan ataupun sumber sarana; 2) evaluasi terhadap proses (process) lebih dititik beratkan pada pelaksanaan program, apakah sesuai rencana, mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan; 3) evaluasi terhadap keluaran (output), evaluasi pada tahap akhir ini adalah evaluasi yang dilakukan pada saat program telah selesai dilaksanakan (*summative evaluation*) yang tujuan utamanya secara umum dapat dibedakan atas dua macam yaitu untuk mengukur keluaran serta untuk mengukur dampak yang dihasilkan. Dari kedua macam evaluasi akhir ini, diketahui bahwa evaluasi keluaran lebih mudah dari pada evaluasi dampak. Pada penelitian ini yang akan dilihat adalah evaluasi keluaran.

Ruang lingkup evaluasi dibedakan atas 4 kelompok, yaitu: a) evaluasi terhadap masukan (*input*) meliputi pemanfaatan berbagai sumber daya, sumber dana, tenaga dan sarana, b) evaluasi terhadap proses (*process*) dititikberatkan pada pelaksanaan program, apakah

sesuai dengan rencana yang ditetapkan atau tidak, c) evaluasi terhadap keluaran (*output*) adalah penilaian terhadap hasil yang dicapai, d) Evaluasi terhadap dampak (*impact*) mencakup pengaruh yang timbul dari program yang dilaksanakan.

Menurut Mantra (1997), evaluasi secara umum dibedakan atas:

- a. Evaluasi formatif yaitu evaluasi yang dilakukan pada saat merencanakan suatu program dengan tujuan menghasilkan informasi yang akan dipergunakan untuk mengembangkan program agar program sesuai dengan masalah atau kebutuhan masyarakat;
- b. Evaluasi proses adalah proses yang memberikan gambaran tentang apa yang sedang berlangsung dalam suatu program dan memastikan keterjangkauan elemen fisik dan struktural dari program tersebut;
- c. Evaluasi sumatif yaitu memberikan pernyataan efektif suatu program selama kurun waktu tertentu dan dimulai setelah program berjalan;
- d. Evaluasi dampak program yaitu menilai keseluruhan efektifitas program dalam menghasilkan target sasaran;
- e. Evaluasi hasil yaitu menilai perubahan-perubahan atau perbaikan dalam hal morbiditas, mortalitas atau indikator status kesehatan lainnya untuk sekelompok penduduk tertentu.

Kegiatan pengendalian dapat diklasifikasikan dalam dua jenis yaitu, pengendalian manajemen (*management control*) dan pengendalian operasional (*operational control*). Pengendalian manajemen mengarah pada pengendalian kegiatan secara menyeluruh demi mendapatkan keyakinan bahwa strategi perusahaan telah dijalankan secara efektif dan efisien. Sedangkan pengendalian operasional hanya menyangkut tugas-tugas tertentu yang telah dilaksanakan secara efektif dan efisien.

Dalam kaitannya dengan fungsi manajemen, pengendalian manajemen merupakan penerapan semua fungsi manajemen. Dikatakan demikian, karena dalam pelaksanaan pengendalian manajemen meliputi kegiatan perencanaan operasional perusahaan, pengorganisasian kegiatan, koordinasi kegiatan, pengendalian kegiatan dan pembinaan pelaksanaan kegiatan. Konsep system pengendalian manajemen juga diartikan sebagai manajemen secara keseluruhan. Pengendalian secara umum dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan manajemen agar

pelaksanaan tidak menyimpang dari rencana yang telah ditetapkan. Sukarno (1965:104) mengatakan bahwa pengendalian adalah tugas untuk mencocokkan sampai dimana program atau rencana yang telah digariskan itu dilaksanakan. Lebih lanjut Subardi (1997:208) mengatakan bahwa pengendalian adalah salah satu fungsi manajemen yang merupakan pengukuran dan koreksi semua kegiatan dalam rangka memastikan bahwa tujuan-tujuan dan rencana-rencana organisasi dapat terlaksana dengan baik.

Mulyadi (1984:108) mengemukakan bahwa pengendalian adalah suatu sistem atau proses dimana pelaksanaan pengendalian dan tindakan dibandingkan dan hasilnya berfungsi sebagai dasar untuk menetapkan reaksi yang memadai terhadap hasil-hasil pelaksanaan tersebut. Definisi-definisi termasuk mengandung makna bahwa pengendalian merupakan salah satu fungsi manajemen yaitu mengusahakan agar segala sesuatu pekerjaan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Menurut Ibnu Samsi (1994:148) pengendalian merupakan salah satu fungsi manajemen yang dibutuhkan untuk menjamin agar semua keputusan, rencana dan pelaksanaan kegiatan mencapai tujuan dengan hasil yang baik dan efisien. Senada dengan pengertian tersebut, Indriyo (1990:54) menjelaskan bahwa ada tiga tahap dalam proses pengendalian:

- a. Proses penentuan standar;
- b. Proses evaluasi dan penilaian;
- c. Proses perbaikan.

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa pengendalian adalah suatu proses atau sistem yang bertujuan untuk mengetahui kondisi dari kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan apakah pekerjaan tersebut dilakukan sesuai dengan rencana atau tidak, dan jika tidak harus segera dilakukan perbaikan. Konsep dasar dalam sistem pengendalian manajemen yaitu membuat sebuah organisasi untuk mencapai sasaran yang diinginkan dalam hal ini tujuan yang ingin dicapai organisasi tersebut. Seperti yang telah disinggung dalam pembahasan diatas bahwa dalam menjalankan dan melaksanakan pengendalian, maka dibutuhkan sebuah strategi yang baik.

Pengendalian adalah proses mengarahkan sekumpulan variabel untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Hansen dan Mowen (1995) pengendalian adalah proses penetapan standar, dengan menerima umpan balik berupa kinerja sesungguhnya, dan mengambil tindakan yang diperlukan jika kinerja sesungguhnya berbeda secara signifikan dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Sistem pengendalian manajemen adalah suatu proses dan struktur yang tertata secara sistematis yang digunakan manajemen dalam pengendalian manajemen Menurut Marciariello dan Kirby (1994) Sistem Penjaminan Mutu (SPM) sebagai perangkat struktur komunikasi yang saling berhubungan yang memudahkan pemrosesan informasi dengan maksud membantu manajer mengkoordinasikan bagian-bagian yang ada dan pencapaian tujuan organisasi secara terus menerus. Pengendalian manajemen merupakan proses dengan mana para manajer mempengaruhi anggota organisasi lainnya untuk mengimplementasikan strategi organisasi. Pengendalian manajemen terdiri atas berbagai kegiatan, meliputi:

- a. Merencanakan apa yang seharusnya dilakukan oleh organisasi;
- b. Mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas dari beberapa bagian organisasi;
- c. Mengkomunikasikan informasi;
- d. Mengevaluasi informasi;
- e. Memutuskan tindakan apa yang seharusnya diambil jika ada;
- f. Keselarasan tujuan organisasi.

Fungsi pengendalian manajemen:

- a. Mencegah terjadinya penyimpangan, kelalaian dan kelemahan sehingga tidak terjadi kerugian yang diinginkan;
- b. Memperbaiki kesalahan dan penyelewengan agar pelaksanaan pekerjaan tidak mengalami hambatan dan pemborosan-pemborosan;
- c. Mempertebal rasa tanggung jawab terhadap pegawai yang disertai tugas dan wewenang dalam pelaksanaan pekerjaan.
- d. Mendidik para pegawai untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Sistem pengendalian manajemen mempunyai beberapa ciri penting, yaitu:

- a. Sistem pengendalian manajemen digunakan untuk mengendalikan seluruh organisasi, termasuk pengendalian terhadap seluruh sumber daya (*resources*) yang digunakan, baik manusia, alat-alat dan teknologi, maupun hasil yang diperoleh organisasi, sehingga proses pencapaian tujuan organisasi dapat berjalan lancar;
- b. Pengendalian manajemen bertolak dari strategi dan teknik evaluasi yang berintegrasi dan menyeluruh, serta kurang bersifat perhitungan yang pasti dalam mengevaluasi sesuatu;
- c. Pengendalian manajemen lebih berorientasi pada manusia, karena pengendalian manajemen lebih ditujukan untuk membantu manajer mencapai strategi organisasi dan bukan untuk memperbaiki detail catatan.

Metode Penelitian

Dalam kajian implementasi SOP Monitoring, Evaluasi dan Pengendalian program pembangunan sumber daya alam di kota Bandung menggunakan metodologi yaitu mengumpulkan data berdasarkan kajian yang ada, kemudian mengidentifikasi dan menyesuaikan/*cross check* dengan kondisi riil di lapangan, sebagai bahan analisa melalui pertemuan/diskusi dengan *stakeholders* terkait. Adapun langkah-langkah dalam penyusunan kajian ini meliputi:

1. Tahapan persiapan;
2. Tahapan pengumpulan data;
3. Diskusi;
4. Kompilasi dan analisis data;
5. Identifikasi potensi dan permasalahan serta perkiraan kebutuhan lanjutan kajian;
6. Formulasi model kebijakan implementasi pemanfaatan potensi sumber daya alam;

Hasil Kajian Dan Pembahasan

Ruang Lingkup Sumber Daya Alam

Ruang lingkup pengelolaan sumber daya alam di Kota Bandung merujuk pada Peraturan Daerah Kota Bandung No.38 Tahun 2007 tentang urusan pemerintahan daerah dan secara lebih rinci pembagian urusan pemerintahan tertera dalam lampiran Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah, terkait pengelolaan sumber daya alam sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari undang-undang ini yaitu sebagaimana terlihat dalam matrik berikut²:

Tabel 1.

Pengelolaan Sumber Daya Alam menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2014

Pembagian Urusan Bidang Kelautan dan Perikanan

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN / KOTA
1	Kelautan, Pesisir, dan Pulau-Pulau Kecil	a. Pengelolaan ruang laut di atas 12 mil dan strategis nasional. b. Penerbitan izin pemanfaatan ruang laut nasional. c. Penerbitan izin pemanfaatan jenis dan genetik (plasma	a. Pengelolaan ruang laut sampai dengan 12 mil di luar minyak dan gas bumi. b. Penerbitan izin dan pemanfaatan ruang laut di bawah 12 mil di luar	-

²Lihat lampiran Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN / KOTA
		<p>nutfah) ikan antarnegara.</p> <p>d. Penetapan jenis ikan yang dilindungi dan diatur perdagangannya secara internasional.</p> <p>e. Penetapan kawasan konservasi.</p> <p>f. <i>Database</i> pesisir dan pulau-pulau kecil</p>	<p>minyak dan gas bumi.</p> <p>g. c.Pemberdayaan masyarakat pesisir dan pulau-pulau kecil</p>	
2	Perikanan Tangkap	<p>a. Pengelolaan penangkapan ikan di wilayah laut di atas 12 mil.</p> <p>b. Estimasi stok ikan nasional dan jumlah tangkapan ikan yang diperbolehkan (JTB).</p> <p>c. Penerbitan izin usaha perikanan tangkap untuk:</p>	<p>a. Pengelolaan penangkapan ikan di wilayah laut sampai dengan 12 mil.</p> <p>b. Penerbitan izin usaha perikanan tangkap untuk kapal perikanan berukuran di atas 5 GT sampai dengan 30</p>	<p>a. Pemberdayaan nelayan kecil dalam Daerah kabupaten/kota.</p> <p>b. Pengelolaan dan penyelenggaraan Tempat Pelelangan Ikan TPI).</p>

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN / KOTA
		<p>a. kapal perikanan berukuran di atas 30 <i>Gross Tonase (GT)</i>; dan b. di bawah 30 <i>Gross Tonase (GT)</i> yang menggunakan modal asing dan/atau tenaga kerja asing.</p> <p>d. Penetapan lokasi pembangunan dan pengelolaan pelabuhan perikanan nasional dan internasional.</p> <p>e. Penerbitan izin pengadaan kapal penangkap ikan dan kapal pengangkut ikan dengan ukuran di atas 30 GT.</p> <p>f. Pendaftaran</p>	<p>GT.</p> <p>c. Penetapan lokasi pembangunan serta pengelolaan pelabuhan perikanan provinsi.</p> <p>d. Penerbitan izin pengadaan kapal penangkap ikan dan kapal pengangkut ikan dengan ukuran di atas 5 GT sampai dengan 30 GT.</p> <p>e. Pendaftaran kapal perikanan di atas 5 GT sampai dengan 30 GT.</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN / KOTA
		kapal		
3	Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan	Pengawasan sumber daya kelautan dan perikanan di atas 12 mil, strategis nasional dan ruang laut tertentu.	Pengawasan sumber daya kelautan dan perikanan sampai dengan 12 mil.	-
4	Pengolahan dan Pemasaran	<p>a. Standardisasi dan sertifikasi pengolahan hasil perikanan.</p> <p>b. Penerbitan izin pemasukan hasil perikanan konsumsi dan nonkonsumsi ke dalam wilayah Republik Indonesia.</p> <p>a. c. Penerbitan izin usaha pemasaran dan pengolahan hasil perikanan lintas Daerah provinsi dan lintas negara</p>	<p>Penerbitan izin usaha pemasaran dan pengolahan hasil perikanan lintas Daerah kabupaten/kota dalam 1 (satu) Daerah provinsi</p>	-

Pembagian Urusan Pemerintahan Bidang Kehutanan

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
1	Pengelolaan Hutan	a. Penyelenggaraan tata hutan. b. Penyelenggaraan rencana pengelolaan hutan. c. Penyelenggaraan pemanfaatan hutan dan penggunaan kawasan hutan. d. Penyelenggaraan rehabilitasi dan reklamasi hutan. e. Penyelenggaraan perlindungan hutan. f. Penyelenggaraan pengolahan dan penatausahaan hasil hutan. g. Penyelenggaraan	a. Pelaksanaan tata hutan kesatuan pengelolaan hutan kecuali pada kesatuan pengelolaan hutan konservasi (KPHK). b. Pelaksanaan rencana pengelolaan kesatuan pengelolaan hutan kecuali pada kesatuan pengelolaan hutan konservasi KPHK). c. Pelaksanaan pemanfaatan hutan di kawasan hutan produksi dan hutan lindung, meliputi: 1) Pemanfaatan kawasan hutan; 2)	-

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>pengelolaan kawasan hutan dengan tujuan khusus (KHDTK).</p>	<p>Pemanfaatan hasil hutan bukan kayu; 3) Pemungutan hasil hutan; 4) Pemanfaatan jasa lingkungan kecuali pemanfaatan penyimpanan dan/atau penyerapan karbon.</p> <p>d. Pelaksanaan rehabilitasi di luar kawasan hutan negara.</p> <p>e. Pelaksanaan perlindungan hutan di hutan lindung, dan hutan produksi.</p> <p>f. Pelaksanaan pengolahan hasil hutan bukan kayu.</p> <p>g. Pelaksanaan pengolahan hasil hutan kayu dengan kapasitas</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
			produksi < 6000 m ³ /tahun. h. Pelaksanaan pengelolaan KHDTK untuk kepentingan religi.	
2	Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya	a. Penyelenggaraan pengelolaan kawasan suaka alam dan kawasan pelestarian alam. b. Penyelenggaraan konservasi tumbuhan dan satwa liar. c. Penyelenggaraan pemanfaatan secara lestari kondisi lingkungan kawasan pelestarian alam. d. Penyelenggaraan pemanfaatan	a. Pelaksanaan perlindungan, pengawetan dan pemanfaatan secara lestari taman hutan raya (TAHURA) lintas Daerah kabupaten/kota. b. Pelaksanaan perlindungan tumbuhan dan satwa liar yang tidak dilindungi dan/atau tidak masuk dalam lampiran (<i>Appendix</i>) CITES. c. Pelaksanaan pengelolaan kawasan bernilai ekosistem	Pelaksanaan pengelolaan TAHURA kabupaten/kota

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		jenis tumbuhan dan satwa liar.	penting dan daerah penyangga kawasan suaka alam dan kawasan pelestarian alam.	
3	Pendidikan dan Pelatihan, Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat di bidang Kehutanan	a. Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan serta pendidikan menengah kehutanan. b. Penyelenggaraan penyuluhan kehutanan nasional.	a. Pelaksanaan penyuluhan kehutanan provinsi. b. Pemberdayaan masyarakat di bidang kehutanan.	-
4	Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS)	Penyelenggaraan pengelolaan DAS.	Pelaksanaan pengelolaan DAS lintas Daerah kabupaten/kota dan dalam Daerah kabupaten/kota dalam	-

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
			1 (satu) Daerah provinsi	
5	Pengawasan Kehutanan	Penyelenggaraan pengawasan terhadap pengurusan hutan.	-	-

Pembagian Urusan Pemerintahan Bidang Energi Dan Sumber Daya Mineral

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
1	Geologi	a. Penetapan cekungan air tanah. b. Penetapan zona konservasi air tanah pada cekungan air tanah lintas Daerah provinsi dan lintas negara. c. Penetapan kawasan	. Penetapan zona konservasi air tanah pada cekungan air tanah dalam Daerah provinsi. . Penerbitan izin pengeboran, izin penggalian, izin pemakaian, dan izin perusahaan air tanah dalam Daerah provinsi. . Penetapan nilai perolehan air	-

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>lindung geologi dan warisan geologi(<i>geo heritage</i>).</p> <p>d. Penetapan status dan peringatan dini bahaya gunung api.</p> <p>e. Peringatan dini potensi gerakan tanah.</p> <p>f. Penetapan neraca sumber daya dan cadangan sumber daya mineral dan energy nasional.</p> <p>g. Penetapan kawasan rawan bencana geologi.</p>	<p>tanah dalam Daerah provinsi.</p>	
2	Mineral dan Batubara	a. Penetapan wilayah pertambangan	a. Penetapan wilayah izin usaha	-

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>n sebagai bagian dari rencana tata ruang wilayah nasional, yang terdiri atas wilayah usaha pertambangan, wilayah pertambangan rakyat dan wilayah pencadangan negara serta wilayah usaha pertambangan khusus.</p> <p>b. penetapan wilayah izin usaha pertambangan mineral logam dan batubara serta wilayah izin usaha pertambangan khusus.</p> <p>c. Penetapan</p>	<p>pertambangan mineral bukan logam dan batuan dalam 1 (satu) Daerah provinsi dan wilayah laut sampai dengan 12 mil.</p> <p>b. Penerbitan izin usaha pertambangan mineral logam dan batubara dalam rangka penanaman modal dalam negeri pada wilayah izin usaha pertambangan Daerah yang berada dalam 1 (satu) Daerah provinsi termasuk wilayah laut sampai dengan 12 mil laut.</p> <p>c. Penerbitan</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>wilayah izin usaha pertambangan mineral bukan logam dan batuan lintas Daerah provinsi dan wilayah laut lebih dari 12 mil.</p> <p>d. Penerbitan izin usaha pertambangan mineral logam, batubara, mineral bukan logam dan batuan pada: 1) wilayah izin usaha Pertambangan yang berada pada wilayah lintas Daerah provinsi; 2) wilayah izin usaha pertambangan yang</p>	<p>izin usaha pertambangan mineral bukan logam dan batuan dalam rangka penanaman modal dalam negeri pada wilayah izin usaha pertambangan yang berada dalam 1 (satu) Daerah provinsi termasuk wilayah laut sampai dengan 12 mil laut.</p> <p>d. Penerbitan izin pertambangan rakyat untuk komoditas mineral logam, batubara, mineral bukan logam dan batuan dalam wilayah pertambangan</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>berbatasan langsung dengan negara lain; dan 3) wilayah laut lebih dari 12 mil;</p> <p>e. Penerbitan izin usaha pertambangan dalam rangka penanaman modal asing.</p> <p>f. Pemberian izin usaha pertambangan khusus mineral dan batubara.</p> <p>g. Pemberian registrasi izin usaha pertambangan dan penetapan jumlah produksi setiap Daerah provinsi untuk</p>	<p>rakyat.</p> <p>e. Penerbitan izin usaha pertambangan operasi produksi khusus untuk pengolahan dan pemurnian dalam rangka penanaman modal dalam negeri yang komoditas tambangnya berasal dari 1 (satu) Daerah provinsi yang sama.</p> <p>f. Penerbitan izin usaha jasa pertambangan dan surat keterangan terdaftar dalam rangka penanaman modal dalam negeri yang kegiatan usahanya dalam 1 (satu)</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>komoditas mineral logam dan batubara.</p> <p>h. Penerbitan izin usaha pertambangan operasi produksi khusus untuk pengolahan dan pemurnian yang komoditas tambangnya yang berasal dari Daerah provinsi lain di luar lokasi fasilitas pengolahan dan pemurnian, atau impor serta dalam rangka penanaman modal asing.</p> <p>i. Penerbitan izin usaha jasa pertambangan</p>	<p>Daerah provinsi.</p> <p>g. Penetapan harga patokan mineral bukan logam dan batuan.</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>n dan surat keterangan terdaftar dalam rangka penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing yang kegiatan usahanya di seluruh wilayah Indonesia.</p> <p>j. Penetapan harga patokan mineral logam dan batubara.</p> <p>k. Pengelolaan inspektur tambang dan pejabat pengawas pertambangan.</p>		
3	Minyak dan Gas Bumi	Penyelenggaraan minyak dan gas bumi.		

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/KOTA
4	Energi Baru Terbarukan	a. Penetapan wilayah kerja panas bumi. b. Pelelangan wilayah kerja panas bumi. c. Penerbitan izin pemanfaatan langsung panas bumi lintas Daerah provinsi. d. Penerbitan izin panas bumi untuk pemanfaatan tidak langsung. e. Penetapan harga listrik dan/atau uap panas bumi. f. Penetapan badan usaha sebagai pengelola tenaga air untuk pembangkit listrik.	a. Penerbitan izin pemanfaatan langsung panas bumi lintas Daerah kabupaten/kota dalam 1 (satu) Daerah provinsi. b. Penerbitan surat keterangan terdaftar usaha jasa penunjang yang kegiatan usahanya dalam 1 (satu) Daerah provinsi. c. Penerbitan izin, pembinaan dan pengawasan usaha niaga bahan bakar nabati (<i>biofuel</i>) sebagai	Penerbitan izin pemanfaatan langsung panas bumi dalam Daerah kabupaten/kota.

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>g. Penerbitan surat keterangan terdaftar usaha jasa penunjang yang kegiatannya usahanya dalam lintas Daerah provinsi.</p> <p>h. Penerbitan izin usaha niaga bahan bakar nabati (<i>biofuel</i>) sebagai bahan bakar lain dengan kapasitas penyediaan di atas 10.000 (sepuluh ribu) ton pertahun.</p>	<p>bahan bakar lain dengan kapasitas penyediaan sampai dengan 10.000 (sepuluh ribu) ton per tahun.</p>	
5	Ketenagalistrikan	a. Penetapan wilayah usaha penyediaan tenaga listrik dan izin jual	a. Penerbitan izin usaha penyediaan tenaga listrik non badan usaha milik	-

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>beli tenaga listrik lintas negara.</p> <p>b. Penerbitan izin usaha penyediaan tenaga listrik lintas Daerah provinsi, badan usaha milik negara dan penjualan tenaga listrik serta penyewaan jaringan kepada penyedia tenaga listrik lintas Daerah provinsi atau badan usaha milik negara.</p> <p>c. Penerbitan izin operasi yang fasilitas instalasinya mencakup lintas Daerah provinsi atau berada di</p>	<p>negara dan penjualan tenaga listrik serta penyewaan jaringan kepada penyedia tenaga listrik dalam Daerah provinsi.</p> <p>b. Penerbitan izin operasi yang fasilitas instalasinya dalam Daerah provinsi.</p> <p>c. Penetapan tarif tenaga listrik untuk konsumen dan penerbitan izin pemanfaatan jaringan untuk telekomunikasi, multimedia, dan informatika dari pemegang izin yang ditetapkan oleh</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>wilayah di atas 12 mil laut.</p> <p>d. Penetapan tarif tenaga listrik untuk konsumen dan penerbitan izin pemanfaatan jaringan untuk telekomunikasi, multimedia, dan informatika dari pemegang izin yang ditetapkan oleh Pemerintah Pusat.</p> <p>e. Persetujuan harga jual tenaga listrik dan sewa jaringan tenaga listrik, rencana</p>	<p>Pemerintah Daerah provinsi.</p> <p>d. Persetujuan harga jual tenaga listrik dan sewa jaringan tenaga listrik, rencana usaha penyediaan tenaga listrik, penjualan kelebihan tenaga listrik dari pemegang izin yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah provinsi.</p> <p>e. Penerbitan izin usaha jasa penunjang tenaga listrik bagi badan usaha dalam negeri/mayoritas sahamnya dimiliki oleh penanam</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		<p>usaha penyediaan tenaga listrik, penjualan kelebihan tenaga listrik dari pemegang izin yang ditetapkan oleh Pemerintah Pusat.</p> <p>f. Penerbitan izin usaha jasa penunjang tenaga listrik yang dilakukan oleh badan usaha milik negara atau penanam modal asing/mayoritas sahamnya dimiliki oleh penanam modal asing.</p> <p>g. Penyediaan dana untuk</p>	<p>modal dalam negeri.</p> <p>f. Penyediaan dana untuk kelompok masyarakat tidak mampu, pembangunan sarana penyediaan tenaga listrik belum berkembang, daerah terpencil dan perdesaan.</p>	

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/ KOTA
		kelompok masyarakat tidak mampu, pembangunan sarana penyediaan tenaga listrik belum berkembang, daerah terpencil dan perdesaan.		

SOP Pembangunan SDA Sebagai Implementasi Komunikasi Pemerintahan

Komitemen negara yang diwakili oleh pemerintah dalam melindungi kekayaan sumber daya alam harus diwujudkan dalam bentuk suatu aturan yang tertulis untuk dapat dipatuhi oleh *stakeholders*nya. Karena masih kosongnya aturan mekanisme pengelolaan, pengawasan, evaluasi, pengendalian dan pemanfaatan pada bidang pembangunan sumber daya alam di kota Bandung, maka perlu segera disusun dan dibuatkan mekanisme pengaturannya dalam bentuk standar operasional prosedur pada bidang sumber daya alam tersebut, yang ke depannya dapat melindungi dan mengatur mekanisme pengelolaan, pengawasan, evaluasi, pengendalian dan pemanfaatan pembangunan di bidang sumber daya alam secara ramah lingkungan dan berkelanjutan. Dengan kata lain, fungsi komunikasi pemerintahan dapat terwujud melalui mekanisme tata peraturan teknis dalam SOP yang akan dilaksanakan oleh publiknya. Komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Dalam hal ini, pemerintah dapat diasumsikan sebagai

komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu dapat sebaliknya. Masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat (Abidin, 2016:229).

Dengan adanya SOP maka kegiatan pembangunan infrastruktur diharapkan tidak menimbulkan dampak negatif yang signifikan bagi lingkungan. Meskipun demikian sejalan dengan program pembangunan kota, mekanisme pemeriksaan, peninjauan dan penerapan suatu prosedur yang dapat menjamin mutu kualitas layanan maupun hasil yang akan dicapai pada suatu kegiatan lingkungan dapat teridentifikasi, ditandai, dan ditanggulangi secara bersama-sama antara pemerintah, *stakeholders*, dan masyarakat sekitar. Salah satu bentuk komunikasi pemerintahan dalam pelayanan SOP adalah transparansi. Dimana transparansi menurut Hutasoit (2011:51) adalah suatu keadaan yang dapat dilihat, dirasakan secara batin, dan dinilai menurut kriteria yang logis, wajar, konsisten dan konsekuen. Transparansi dibangun atas dasar kebebasan arus informasi. Transparansi lebih mengarah pada kejelasan mekanisme formulasi dan implementasi kebijakan, program dan proyek yang dibuat dan dilaksanakan pemerintah. Pemerintah yang baik adalah pemerintahan yang melaksanakan SOP secara transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Pelayanan Publik Dalam Bentuk Kebijakan Berkelanjutan

Reformasi pengelolaan sumber daya alam sebagai prasyarat bagi terwujudnya pembangunan berkelanjutan dapat dinilai dengan baik apabila terumuskan parameter yang memadai. Secara implementatif, parameter yang dapat dirumuskan diantaranya:

- a. Desentralisasi dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup dengan mengikuti prinsip dan pendekatan ekosistem, bukan administratif;
- b. Kontrol sosial masyarakat dengan melalui pengembangan transparansi proses pengambilan keputusan dan peran serta masyarakat. Kontrol sosial ini dapat dimaknai pula sebagai partisipasi dan kedaulatan yang dimiliki (sebagai hak) rakyat. Setiap orang secara sendiri-sendiri maupun berkelompok memiliki hak yang sama dalam proses perencanaan, pengambilan keputusan, pelaksanaan, pengawasan serta

evaluasi pada pengelolaan dan pelestarian sumber daya alam dan lingkungan hidup;

- c. Pendekatan utuh menyeluruh atau komprehensif dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Pada parameter ini, pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup harus menghilangkan pendekatan sektoral, namun berbasis ekosistem dan memperhatikan keterkaitan dan saling ketergantungan antara faktor-faktor pembentuk ekosistem dan antara satu ekosistem dengan ekosistem lainnya;
- d. Keseimbangan antara eksploitasi dengan konservasi dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup sehingga tetap terjaga kelestarian dan kualitasnya secara baik;
- e. Rasa keadilan bagi rakyat dalam pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Keadilan ini tidak semata bagi generasi sekarang semata, tetapi juga keadilan untuk generasi mendatang sesudah kita yang memiliki hak atas lingkungan hidup yang baik.

Visi pengelolaan sumber daya alam di kota Bandung “Terwujudnya lingkungan hidup yang handal dan proaktif, serta berperan dalam pelaksanaan pembangunan berkelanjutan, dengan menekankan pada ekonomi hijau”. Sedangkan misi pengelolaan sumber daya alam adalah:

- a. Mewujudkan kebijakan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup terintegrasi, guna mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan, dengan menekankan pada ekonomi hijau;
- b. Melakukan koordinasi dan kemitraan dalam rantai nilai proses pembangunan untuk mewujudkan integrasi, sinkronisasi antara ekonomi dan ekologi dalam pembangunan berkelanjutan;
- c. Mewujudkan pencegahan kerusakan dan pengendalian pencemaran sumber daya alam dan lingkungan hidup dalam rangka pelestarian fungsi lingkungan hidup;
- d. Melaksanakan tata kelola pemerintahan yang baik serta mengembangkan kapasitas kelembagaan dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup secara terintegrasi.

Menurut Friederich yang dikutip Winarno dalam Hutasoit (2011:52) mengungkapkan kebijakan adalah suatu arah tindakan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu, yang memberikan hambatan-hambatan dan kesempatan-kesempatan terhadap kebijakan yang diusulkan untuk menggunakan dan mengatasi dalam rangka mencapai suatu tujuan, atau merealisasikan suatu sasaran atau suatu maksud tertentu. Berdasarkan hal tersebut diatas bahwa transparansi pelaksanaan kebijakan adalah penilaian masyarakat atas kesediaan lembaga pemerintahan dalam menyajikan fakta-fakta tentang rencana pelaksanaan garis-garis arah umum dan tindakan pemerintah yang dapat ditinjau berdasarkan kejelasan peran dan tanggungjawab; ketersediaan informasi untuk publik; keterbukaan atas persiapan, realisasi, dan pelaporan anggaran; serta jaminan integritas.

Secara umum, sasaran pembangunan yang ingin dicapai adalah mewujudkan perbaikan fungsi lingkungan hidup dan pengelolaan sumberdaya alam yang mengarah pada pengarusutamaan prinsip pembangunan berkelanjutan. Sasaran khusus yang hendak dicapai adalah:

- a. Terkendalinya pencemaran dan kerusakan lingkungan sungai, danau, pesisir dan laut, serta air tanah;
- b. Terlindunginya kelestarian fungsi lahan, keanekaragaman hayati dan ekosistem hutan;
- c. Membaiknya kualitas udara dan pengelolaan sampah serta limbah bahan berbahaya dan beracun (B3);
- d. Pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup terintegrasi.

Berdasarkan Permendagri No.52 Tahun 2011 SOP adalah serangkaian petunjuk tertulis yang dibakukan mengenai proses penyelenggaraan tugas-tugas Pemerintahan Daerah. Dengan lebih jelas, SOP merupakan:

- a. Pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan;
- b. Rincian proses-proses kerja yang dilakukan berulang oleh suatu organisasi;

- c. Dokumentasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk membantu konsistensi tugas-tugas;
- d. Penyediaan informasi bagi individu-individu bagaimana melakukan pekerjaan dengan tepat;
- e. Tindakan-tindakan teknis yang dilakukan oleh suatu organisasi.

Dalam pelaksanaan proses perencanaan dan penataan kawasan perkotaan yang dapat memanfaatkan pengelolaan sumber daya alam sebagai sumber pangan, air, energi dan mata pencaharian serta bahan baku harus dapat dilakukan dalam bentuk kolaboratif yang berkelanjutan antara unsur yang terkait. Pengelolaan dan pemanfaatan potensi sumber daya alam dapat berwujud pengembangan standar operasional prosedur (SOP) untuk kawasan yang memiliki potensi pertanian, perkebunan, perikanan, kebudayaan dan adat, pariwisata, pemberdayaan masyarakat, dan energi. Sehingga implementasi SOP di bidang sumber daya alam di kota Bandung memiliki arah dan orientasi yang jelas dalam pengembangannya, terutama untuk menjaga kelestarian lingkungan, sebagai sumber pendapatan asli daerah, dan sebagai bahan baku pengembangan kebutuhan masyarakat yang mendukung pada aspek pembangunan infrastruktur kota. Pemanfaatan sumber daya alam (SDA) secara berlebihan tanpa memperhatikan aspek pelestariannya dapat meningkatkan tekanan-tekanan terhadap kualitas lingkungan hidup yang pada akhirnya akan mengancam swasembada atau kecukupan pangan semua penduduk di Indonesia. Oleh karena peran pemerintah dalam memberikan kebijakan tentang peraturan pengelolaan sumber daya alam (SDA) menjadi hal yang penting sebagai langkah menjaga sumber daya alam (SDA) yang berkelanjutan.

Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tidak hanya ditetapkan untuk dilaksanakan masyarakat tanpa pengawasan lebih lanjut dari pemerintahan. Pemerintah memiliki peran agar kebijakan tersebut diterapkan sebagaimana mestinya oleh masyarakat. Sesuai dengan Undang-undang No 32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah dan PP No. 25 tahun 2000 tentang kewenangan daerah dan kewenangan propinsi sebagai daerah otonom, dalam bidang lingkungan hidup memberikan penguatan politis melalui transfer otoritas dari pemerintah pusat dari pemerintah pusat kepada daerah yang meliputi:

- a. Meletakkan daerah pada posisi penting dalam pengelolaan lingkungan hidup;
- b. Memerlukan peranan lokal dalam mendesain kebijakan;
- c. Membangun hubungan interpedensi antar daerah;
- d. Menetapkan pendekatan kewilayahan.

Sumber daya alam dan lingkungan hidup (SDA dan LH) sangat penting dalam pembangunan di kota Bandung, baik sebagai penyedia bahan baku bagi pembangunan ekonomi maupun sebagai pendukung sistem kehidupan. SDA dan LH perlu dikelola dengan bijaksana agar pembangunan serta keberlangsungan kehidupan manusia dapat terjaga dan lestari saat ini dan di masa yang akan datang. Adanya kepentingan ekonomi yang berorientasi jangka pendek serta lonjakan jumlah penduduk akan berimplikasi pada meningkatnya kebutuhan akan sumber daya alam untuk bahan baku industri maupun konsumsi. Peningkatan kebutuhan tersebut dapat berakibat pada peningkatan pemanfaatan sumber daya alam, yang pada akhirnya akan menurunkan daya dukung dan fungsi dari lingkungan hidup serta kerusakan sumber daya alamnya. Akibat terjadinya degradasi lingkungan hidup ini sudah mulai dirasakan, terutama timbulnya permasalahan pemenuhan kebutuhan pangan, dan kebutuhan akan sumber daya air.

Arah kebijakan pembangunan bidang lingkungan hidup secara nasional sesuai amanat RPJMN 2010-2014 adalah dilaksanakan untuk dapat mencegah dan mengantisipasi akibat yang ditimbulkan oleh kegiatan-kegiatan pembangunan dan pemanfaatan sumber daya alam. Bentuk-bentuk nyatanya adalah meningkatnya kasus pencemaran lingkungan dan penurunan daya dukung lingkungan. Di antaranya diakibatkan oleh laju pertumbuhan penduduk, pembangunan infrastruktur, industrialisasi, pola kehidupan yang konsumtif, lemahnya penegakan hukum, serta belum optimalnya kapasitas sumber daya manusia. Untuk mewujudkan lingkungan hidup yang berkelanjutan sesuai dengan visi lingkungan hidup kota Bandung yang *Clean, Green, Moving and Lovely*, maka arah kebijakan yang ditempuh adalah pelestarian fungsi lingkungan hidup dan atau pelestarian lingkungan hidup, melalui:

- a. pengendalian dan pemantauan pencemaran pada air, lahan, udara, dan keanekaragaman hayati;
- b. perbaikan kerangka regulasi dan peningkatan upaya penegakan hukum lingkungan secara konsisten;
- c. perbaikan kualitas lingkungan melalui upaya rehabilitasi dan konservasi serta pemanfaatan teknologi yang ramah lingkungan;
- d. penataan dan pengelolaan lingkungan yang harmonis dari hulu ke hilir sebagai upaya mempertahankan kawasan resapan air;
- e. peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan penguatan institusi pengelola sumber daya alam dan lingkungan hidup;
- f. peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat;
- g. pengembangan penelitian pengelolaan lingkungan; dan
- h. pengembangan sumber-sumber pendanaan lingkungan alternatif.

Penutup

Implementasi pelayanan publik dalam bentuk standar operasional prosedur (SOP) merupakan bentuk komunikasi pemerintahan untuk berbagi informasi dan gagasan mengenai kebijakan dan regulasi yang harus ditaati bersama. SOP merupakan pesan yang disampaikan pemerintah berupa informasi dalam bentuk instruksi yang berhubungan dengan tindakan dan kebijakan pemerintah, khususnya dalam mengatur pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Sehingga melalui komunikasi pemerintahan yang efektif dan efisiensi pelayanan publik dapat terwujud sesuai capaian model *good governance* yang akuntabel, transparansi, dan partisipatif.

Daftar Rujukan

- Abidin, Yusuf Zainal. (2016). *Komunikasi Pemerintahan: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Azwar, A. (1996). *Pengantar Administrasi Kesehatan*, Binarupa Aksara, Jakarta.

- Budihardjo, M.(2014). *Panduan Menyusun SOP*. Yogyakarta: Gadjah Mada Univesity Press.
- Hutasoit, C.S. (2011). *Pelayanan Publik:Teori dan Aplikasi*. Jakarta: MagnaScript Publishing.
- Mantra, I.B. (1997). *Monitoring dan Evaluasi, Penyuluhan Kesehatan Masyarakat*. Jakarta.
- Suprihanto. (1988). *Manajemen Personalia*. Yogyakarta: BPFE
- W.H.O. (1990). *Evaluasi Program Kesehatan, Badan Penelitian dan Pengembangan*. Depkes RI.
- Wijono D. (1997). *Manajemen Kepemimpinan dan Organisasi Kesehatan*. UNAIR: Surabaya.

Implementasi Kebijakan Pelayanan Publik Melalui Pelayanan Terpadu (Yandu) Sabilulungan di Kabupaten Bandung

Oleh:

Heru Ryanto Budiana, Dede Mariana

Prodi Humas Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad,
Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor
Email: heru.prodihumas@gmail.com

Abstrak

Fokus utama dari kebijakan publik dalam negara modern yaitu pelayanan publik, yang merupakan segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh negara untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas kehidupan orang-orang banyak. Pelayanan publik sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tujuan reformasi birokrasi di Indonesia. Era reformasi dewasa dengan diberlakukannya otonomi daerah memberikan ruang bagi pemerintah daerah melakukan inovasi dalam sektor pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan pelayanan kepentingan publik, termasuk Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung melalui filosofi sabilulungan sebagai spirit dan motto pembangunannya melakukan terobosan inovasi pelayanan publik dengan meluncurkan kebijakan berupa program pelayanan terpadu sabilulungan. Berdasarkan pemaparan di atas, maka tulisan ini akan mengkaji bagaimana implementasi dan evaluasi kebijakan publik dalam bentuk pelayanan terpadu sabilulungan sebagai bentuk inovasi pelayanan publik di Kabupaten Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data primer diperoleh dari hasil studi kepustakaan berkaitan dengan globalisasi dalam dunia pendidikan serta bagaimana hal tersebut dikaji dalam pendekatan komunikasi antar budaya. Data sekunder diperoleh dari hasil studi lapangan terhadap objek penelitian dan jalannya penelitian mengikuti langkah-langkah pengumpulan data, reduksi data, klasifikasi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data menggunakan metode deskripsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi yandu sabilulungan sebagai bentuk inovasi pelayanan publik di Kabupaten Bandung merupakan tindak lanjut dari amanat UU No. 25 Tahun 2009 dan PP No. 96 Tahun 2012 tentang pelayanan publik

dengan melibatkan lima instansi yaitu; Pemkab, Polres, Kodim, Kemenag (Kantor Kementerian Agama) dan BPN (Badan Pertanahan Nasional) dengan berbagai jenis pelayanan dari masing-masing dinas tersebut baik yang bersifat konsultatif maupun pelayanan langsung. Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa secara umum inovasi kebijakan publik dalam bentuk program Yandu Sabilulungan sudah berhasil walaupun masih belum optimal.

Kata Kunci: Pelayanan Publik, Pelayanan Terpadu, Sabilulungan

Pendahuluan

Kebijakan Publik merupakan keputusan-keputusan yang mengikat bagi orang-orang banyak pada tataran strategis atau yang bersifat garis besar yang dibuat oleh pemegang otoritas publik. Sebagai keputusan yang mengikat publik tersebut, maka kebijakan publik haruslah dibuat oleh otoritas politik, yaitu mereka yang menerima mandat dari publik atau orang banyak, pada umumnya melalui suatu proses pemilihan untuk bertindak atas nama rakyat banyak.

Fokus utama dari kebijakan publik dalam negara modern yaitu pelayanan publik, yang merupakan segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh negara untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas kehidupan orang-orang banyak. Menyeimbangkan peran negara yang memiliki kewajiban dalam menyediakan pelayanan publik dengan hak untuk menarik pajak dan retribusi. Pada sisi yang lain menyeimbangkan berbagai kelompok di dalam masyarakat dengan berbagai kepentingan, serta untuk mencapai amanat konstitusi.

Pelayanan publik sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tujuan reformasi birokrasi di Indonesia. Tujuan kebijakan Reformasi Birokrasi di Indonesia adalah untuk membangun profil dan perilaku aparatur negara yang memiliki integritas, produktivitas, dan bertanggungjawab serta memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang prima melalui perubahan pola pikir (*mind set*) dan budaya kerja (*culture set*) dalam sistem manajemen pemerintahan.

Kebijakan nasional sebagai pondasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik dengan menerbitkan Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik. Pelayanan publik sebagaimana tercantum dalam undang-undang tersebut 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.

Pemerintah Daerah adalah Penyelenggara Pelayanan Publik, dan segenap aparatur Pemerintah Daerah adalah pelaksana pelayanan publik. Hal ini sekaligus memperjelas pula bahwa kewajiban kewajiban yang ada dalam undang-undang tersebut haruslah dilaksanakan sehingga tujuan undang-undang pelayanan publik untuk mewujudkan sistem penyelenggaraan pelayanan publik yang layak sesuai dengan asas-asas pemerintahan yang baik (*good governance*) dapat tercapai.

Good governance adalah konsep pengelolaan pemerintahan yang menekankan pada pelibatan unsur pemerintah, masyarakat dan swasta secara proporsional sebagai tiga pilar utama. Konsep inilah yang memberi garis dasar bahwa siapa pun yang berperan dan peran apapun yang dijalankan dalam penyelenggaraan pemerintahan dituntut untuk lebih berorientasi ke pelayanan publik yang semakin baik. Dengan kata lain, tidak pemerintahan tidak dikatakan semakin baik jika tidak memberikan bukti pelayanan publiknya semakin baik dan semakin berkualitas.

Pelayanan publik menjadi suatu tolok ukur kinerja Pemerintah yang paling kasat mata. Masyarakat dapat langsung menilai kinerja pemerintah berdasarkan kualitas layanan publik yang diterima, karena kualitas layanan publik dirasakan masyarakat dari semua kalangan, dimana keberhasilan dalam membangun kinerja pelayanan publik secara profesional, efektif, efisien, dan akuntabel akan mengangkat citra positif Pemerintah.

Era reformasi dewasa dengan diberlakukannya otonomi daerah memberikan ruang bagi pemerintah daerah memperlihatkan beragam inovasi dalam sektor pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan pelayanan kepentingan publik. Berbagai daerah memunculkan bentuk-bentuk kreativitas dalam pelayanan publik yang ditunjang dengan perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, termasuk Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung.

Melalui filosofi sabilulungan sebagai spirit dan motto pembangunan di Kabupaten Bandung yang mengedepankan kearifan lokal masyarakat sunda, Pemkab Bandung melakukan terobosan inovasi pelayanan publik dengan meluncurkan kebijakan berupa program pelayanan terpadu sabilulungan.

Pelayanan terpadu (Yandu) sabilulungan merupakan pelayanan satu atap yang diberikan Pemerintah Kabupaten di beberapa kecamatan yang letaknya jauh dari pusat pemerintahan kabupaten. Pelayanan yang diberikan pada program Yandu terdiri dari pelayanan Kepolisian, Koramil, KUA, Badan Pertanahan Nasional (BPN), dan beberapa layanan instansi pemerintahan kabupaten lainnya.

Yandu sabilulungan lahir sebagai jawaban atas kebutuhan pelayanan di masyarakat, khususnya masyarakat yang berlokasi jauh dari pusat pemerintahan kabupaten. Selama ini banyak masyarakat yang membutuhkan akses pelayanan harus menempuh jarak cukup dari lokasi tinggal mereka menuju pusat pemerintahan Kabupaten Bandung di Soreang, dikarenakan luasnya wilayah kabupaten Bandung.

Terobosan berupa inovasi pelayanan publik yang dilakukan oleh Pemkab Bandung dengan yandu sabilulungan seharusnya dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, akan tetapi nampaknya belum sepenuhnya berjalan optimal, seperti sosialisasi yang masih kurang, cakupan layanan yang masih terbatas serta waktu pelayanan yang hanya satu hari.

Berbagai upaya terus dilakukan Pemkab Bandung dalam mengoptimalkan yandu sabilulungan agar dapat semakin meningkatkan pelayanan publik kepada masyarakat kabupaten yang tersebar luas di wilayah pemerintahan kabupaten sebagai bentuk perwujudan tata kelola pemerintahan yang baik.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tulisan ini akan mengkaji bagaimana implementasi dan evaluasi kebijakan publik dalam bentuk pelayanan terpadu sabilulungan sebagai bentuk inovasi pelayanan publik di Kabupaten Bandung.

Metode

Kajian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993:89), dimana dalam penelitian ini menggunakan referensi buku, review penelitian terdahulu hingga mengamati berita-berita di media massa yang terkait dengan objek penelitian.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi dokumentasi atau *desk research*, karena peneliti tidak ikut berpartisipasi didalamnya. Studi dokumentasi atau biasa disebut kajian dokumen merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian dalam rangka memperoleh informasi terkait objek penelitian. Peneliti melakukan penelusuran data historis objek penelitian serta melihat sejauhmana proses yang berjalan telah terdokumentasikan dengan baik terkait penyelenggaraan pelayanan terpadu sabilulungan di Kabupaten Bandung.

Metode analisis data peneliti berupaya menganalisa penelitian secara kualitatif dan hasil penelitian dipaparkan secara deskriptif, yakni berusaha menggambarkan kondisi apa adanya sehingga pembaca diharapkan dapat memperoleh gambaran yang jelas terkait pelayanan terpadu sabilulungan sebagai bentuk inovasi pelayanan publik dapat mewujudkan *good governance* di Kabupaten Bandung.

Tinjauan Literatur

Pengertian Pelayanan Publik

Menelusuri seluk beluk pelayanan, banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli yakni : Menurut Sianipar (2000:7), pelayanan adalah suatu cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau sekelompok orang.

Toha dalam Nasution, (1993:33) menyatakan bahwa pelayanan masyarakat merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang maupun suatu instansi tertentu untuk memberikan bantuan dan kemudahan pada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Teori administrasi negara mengajarkan bahwa Pemerintahan Negara pada hakekatnya menyelenggarakan dua jenis fungsi utama yaitu fungsi pengaturan dan fungsi pelayanan, fungsi pengaturan dikaitkan dengan hukum dan fungsi pelayanan di kaitkan dengan hakekat Negara sebagai suatu Negara kesejahteraan. Kedua fungsi ini menyangkut semua segi kehidupan, baik bermasyarakat maupun bernegara dan dalam pelaksanaannya di percayakan kepada aparatur pemerintah tertentu yang secara fungsional bertanggung jawab atas bidang-bidang tertentu kedua fungsi tersebut (Siagian, 2001:128-129).

Kegiatan pelayanan pada dasarnya menyangkut pemenuhan suatu hak. Ia melekat pada setiap orang secara pribadi maupun kelompok yang bersifat universal. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Moenir bahwa, “hak atas pelayanan itu sifatnya universal, berlaku terhadap siapa saja yang berkepentingan atas hak itu dan oleh organisasi ataupun yang juga tugasnya menyelenggarakan pelayanan”. Moenir mengartikan pelayanan adalah “kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui system prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya” (H.A.S.Moenir,2002;16).

Pelayanan masyarakat (publik) adalah segala bentuk pelayanan sektor publik yang dilayani aparat pemerintah, pelaku bisnis swasta dalam bentuk barang dan jasa, karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Yang dimaksud dengan pelayanan masyarakat tersebut secara kongkritnya adalah:

- a. Pelayanan itu merupakan salah satu tugas utama aparatur pemerintah, pelaku bisnis, termasuk pelayanan akta tanah.
- b. Objek yang dilayani adalah masyarakat (*public*)
- c. Bentuk pelayanan itu berupa barang dan jasa yang sesuai dengan kepentingan kebutuhan masyarakat dalam peraturan undang-undang yang berlaku (Aries Djaenuri,1995;35)

Sementara itu dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yang di tindak lanjutkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, dijelaskan bahwa pengertian

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.

Ruang Lingkup Pelayanan Publik

Sebagai langkah untuk melaksanakan Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik. Peraturan pemerintah tersebut menjelaskan tentang ruang lingkup pelayanan publik, meliputi:

a. Pelayanan Barang Publik, meliputi:

- 1) Pengadaan dan penyaluran barang publik yang dilakukan oleh instansi pemerintah yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara dan/atau anggaran pendapatan dan belanja daerah;
- 2) Pengadaan dan penyaluran barang publik yang dilakukan oleh suatu badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan/atau kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
- 3) Pengadaan dan penyaluran barang publik yang pembiayaannya tidak bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah atau badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan/atau kekayaan daerah yang dipisahkan, tetapi ketersediaannya menjadi Misi Negara yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

b. Pelayanan Jasa Publik, meliputi:

- 1) Penyediaan jasa publik oleh instansi pemerintah yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara dan/atau anggaran pendapatan dan belanja daerah;

- 2) Penyediaan jasa publik oleh suatu badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan/atau kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
 - 3) Penyediaan jasa publik yang pembiayaannya tidak bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara atau anggaran pendapatan dan belanja daerah atau badan usaha yang modal pendiriannya sebagian atau seluruhnya bersumber dari kekayaan negara dan/atau kekayaan daerah yang dipisahkan, tetapi ketersediaannya menjadi Misi Negara yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan
- c. Pelayanan Administratif. Merupakan pelayanan oleh Penyelenggara yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh masyarakat, meliputi:
- 1) Tindakan administratif pemerintah yang diwajibkan oleh negara dan diatur dalam peraturan perundang-undangan dalam rangka mewujudkan perlindungan pribadi dan/atau keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda warga negara;
 - 2) Tindakan administratif oleh instansi nonpemerintah yang diwajibkan oleh negara dan diatur dalam peraturan perundang-undangan serta diterapkan berdasarkan perjanjian dengan penerima pelayanan.

Sistem Pelayanan Terpadu

Undang-undang No. 25 Tahun 2009 mengamanatkan bahwa dalam rangka mempermudah penyelenggaraan berbagai bentuk pelayanan publik, dapat dilakukan penyelenggaraan sistem pelayanan terpadu. Selanjutnya PP No. 96 Tahun 2012, dalam pasal 12 menjelaskan bahwa Penyelenggaraan sistem pelayanan terpadu dilaksanakan di lingkungan kementerian/lembaga, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, dan/atau kecamatan. Sedangkan pasal 14 menjelaskan bahwa Sistem pelayanan terpadu merupakan satu kesatuan proses pengelolaan pelayanan terhadap beberapa jenis pelayanan yang dilakukan secara terintegrasi dalam satu tempat baik secara fisik maupun virtual sesuai dengan standar pelayanan.

Sistem pelayanan terpadu secara fisik dapat dilaksanakan melalui:

- a. Sistem pelayanan terpadu satu pintu; dan/atau
- b. Sistem pelayanan terpadu satu atap.

Sistem pelayanan terpadu secara virtual merupakan sistem pelayanan yang dilakukan dengan memadukan pelayanan secara elektronik.

Sistem pelayanan terpadu diselenggarakan dengan tujuan:

- a. Memberikan perlindungan dan kepastian hukum kepada Masyarakat;
- b. Mendekatkan pelayanan kepada Masyarakat;
- c. Memperpendek proses pelayanan;
- d. Mewujudkan proses pelayanan yang cepat, mudah, murah, transparan, pasti, dan terjangkau; dan
- e. Memberikan akses yang lebih luas kepada Masyarakat untuk memperoleh pelayanan.

Terkait penyelenggaraan sistem pelayanan terpadu satu pintu pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu sebagai upaya mendekatkan dan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dilakukan untuk menyatukan proses pengelolaan pelayanan baik yang bersifat pelayanan Perizinan dan Nonperizinan.

PTSP adalah pelayanan secara terintegrasi dalam satu kesatuan proses dimulai dari tahap permohonan sampai dengan tahap penyelesaian produk pelayanan melalui satu pintu. Penyelenggara PTSP adalah Pemerintah, pemerintah daerah, Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas, dan Administrator Kawasan Ekonomi Khusus.

Sebagaimana di amanatkan dalam PP No. 97 Tahun 2014 bahwa PTSP bertujuan:

- a. Memberikan perlindungan dan kepastian hukum kepada masyarakat;
- b. Memperpendek proses pelayanan;

- c. Mewujudkan proses pelayanan yang cepat, mudah, murah, transparan, pasti, dan terjangkau; dan
- d. Mendekatkan dan memberikan pelayanan yang lebih luas kepada masyarakat.

PTSP dilaksanakan dengan prinsip:

- a. keterpaduan;
- b. ekonomis;
- c. koordinasi;
- d. pendelegasian atau pelimpahan wewenang;
- e. akuntabilitas; dan
- f. aksesibilitas.

Evaluasi Kebijakan Publik

Sebuah kebijakan publik tidak bisa dilepas begitu saja. Kebijakan harus diawasi dan salah satu mekanisme pengawasan tersebut disebut “evaluasi kebijakan”. Evaluasi diperlukan untuk melihat kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Evaluasi tidak hanya menghasilkan kesimpulan mengenai seberapa jauh masalah yang telah terselesaikan, tetapi juga menyumbang pada klarifikasi dan kritik terhadap nilai-nilai yang mendasari kebijakan, membantu dalam penyesuaian dan perumusan kembali masalah.

Evaluasi ditujukan untuk menilai sejauh mana keefektifan kebijakan publik guna dipertanggungjawabkan kepada konstituennya. Efektivitas dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk mencapai hasil yang maksimal dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada. Kaitannya dengan kebijakan, menurut Ramdan dkk, ukuran efektivitas kebijakan yaitu:

- a. Efisiensi, suatu kebijakan harus mampu meningkatkan efisiensi penggunaan sumberdaya secara optimal
- b. Adil, bobot kebijakan harus ditempatkan secara adil yakni kepentingan publik tidak terabaikan

- c. Mengarah kepada insentif, suatu kebijakan harus mengarah kepada atau merangsang tindakan dalam perbaikan dan peningkatan sasaran yang ditetapkan
- d. Diterima oleh publik, oleh karena diperuntukkan bagi kepentingan publik maka kebijakan yang baik harus diterima oleh publik
- e. Moral, suatu kebijakan harus dilandasi oleh moral yang baik

Tujuan pokok evaluasi untuk melihat seberapa besar kesenjangan antara pencapaian dan harapan suatu kebijakan publik. Tugas selanjutnya adalah bagaimana mengurangi atau menutup kesenjangan tersebut. Jadi, evaluasi kebijakan publik harus dipahami sebagai sesuatu yang bersifat positif. Evaluasi bertujuan untuk mencari kekurangan dan menutup kekurangan. Ciri dari evaluasi kebijakan adalah:

- a. Tujuannya menemukan hal-hal yang strategis untuk meningkatkan kinerja kebijakan
- b. Evaluator mampu mengambil jarak dari pembuat kebijakan, pelaksana kebijakan dan target kebijakan.
- c. Prosedur dapat dipertanggungjawabkan secara metodologi.
- d. Dilaksanakan tidak dalam suasana permusuhan atau kebencian

Menurut William N Dunn (dalam Riant Nugroho, 2009:536), istilah evaluasi dapat disamakan dengan penaksiran (*appraisal*), pemberian angka (*rating*) dan penilaian (*assesment*). Evaluasi memberi informasi yang valid dan dapat dipercaya mengenai kinerja kebijakan, yaitu seberapa jauh kebutuhan, nilai dan kesempatan telah dapat dicapai melalui tindakan publik; evaluasi memberi sumbangan pada klarifikasi dan kritik terhadap nilai-nilai yang mendasari pemilihan tujuan dan target; dan evaluasi memberikan sumbangan pada aplikasi metode-metode analisis kebijakan lainnya, termasuk perumusan masalah dan rekomendasi.

Dunn (2003: 117) membedakan tiga bentuk utama analisis kebijakan publik, yaitu:

- a. Analisis kebijakan prospektif

Analisis Kebijakan Prospektif yang berupa produksi dan transformasi informasi sebelum aksi kebijakan dimulai dan

diimplementasikan. Analisis kebijakan disini merupakan suatu alat untuk mensintesis informasi untuk dipakai dalam merumuskan alternatif dan preferensi kebijakan yang dinyatakan secara komparatif, diramalkan dalam bahasa kuantitatif dan kualitatif sebagai landasan atau penuntun dalam pengambilan keputusan kebijakan.

b. Analisis kebijakan retrospektif

Analisis Kebijakan Retrospektif adalah sebagai penciptaan dan transformasi informasi sesudah aksi kebijakan dilakukan. Terdapat 3 tipe analisis berdasarkan kegiatan yang dikembangkan oleh kelompok analisis ini yakni analisis yang berorientasi pada disiplin, analisis yang berorientasi pada masalah dan analisis yang berorientasi pada aplikasi. Tentu saja ketiga tipe analisis retrospektif ini terdapat kelebihan dan kelemahan.

c. Analisis kebijakan yang terintegrasi

Analisis Kebijakan yang terintegrasi merupakan bentuk analisis yang mengkombinasikan gaya operasi para praktisi yang menaruh perhatian pada penciptaan dan transformasi informasi sebelum dan sesudah tindakan kebijakan diambil. Analisis kebijakan yang terintegrasi tidak hanya mengharuskan para analisis untuk mengkaitkan tahap penyelidikan retrospektif dan perspektif, tetapi juga menuntut para analisis untuk terus menerus menghasilkan dan mentransformasikan informasi setiap saat.

Secara umum, William N Dunn (dalam Riant Nugroho, 2009:537) menggambarkan kriteria-kriteria evaluasi kebijakan publik sebagai berikut:

- a. Efektivitas; Pertanyaan: apakah hasil yang diinginkan telah tercapai?
- b. Efisiensi; Pertanyaan: seberapa banyak usaha diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan?
- c. Kecukupan; Pertanyaan: seberapa jauh pencapaian hasil yang diinginkan memecahkan masalah?
- d. Perataan; Pertanyaan: apakah biaya manfaat didistribusikan dengan merata kepada kelompok-kelompok yang berbeda?

- e. Responsivitas; Pertanyaan: apakah hasil kebijakan memuaskan kebutuhan, preferensi, atau nilai kelompok-kelompok tertentu?
- f. Ketepatan; Pertanyaan: apakah hasil (tujuan) yang diinginkan benar-benar berguna atau bernilai?

Hasil dan Diskusi

Implementasi Pelayanan Terpadu (Yandu) Sabilulungan

Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-undang No. 25 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa dalam rangka mempermudah penyelenggaraan berbagai bentuk pelayanan publik, dapat dilakukan penyelenggaraan sistem pelayanan terpadu dan PP No. 96 Tahun 2012, dalam pasal 12 yang menjelaskan bahwa Penyelenggaraan sistem pelayanan terpadu dapat dilaksanakan di lingkungan kecamatan, maka Pemkab Bandung meluncurkan berbagai program pelayanan publik, mulai dari pelayanan perijinan terpadu satu pintu (PPTSP) sejak tahun 2008 sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Bupati Bandung Nomor 13 Tahun 2008, tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan Terpadu di Kabupaten Bandung. Kemudian sejak awal Januari 2012 telah menyelenggarakan Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) di 31 kecamatan yang ada di wilayah Kabupaten Bandung dan pelayanan terpadu (Yandu) Sabilulungan hingga pelayanan yang menjangkau tingkat kelurahan dan desa.

Pelayanan terpadu (yandu) Sabilulungan merupakan upaya Pemkab Bandung untuk lebih mengoptimalkan pelayanan publik dalam bentuk penyelenggaraan pelayanan terpadu, yang juga dikaitkan dengan program Pelayanan Terpadu Admintasi Kecamatan (PATEN).

Pelayanan terpadu sabilulungan dalam implementasinya melibatkan lima instansi di Kabupaten Bandung, yaitu; Pemkab, Polres, Kodim, Kemenag (Kantor Kementerian Agama) dan BPN (Badan Pertanahan Nasional). Pada tahap pertama, pelayanan terpadu secara “sabilulungan” ini akan dilakukan seminggu sekali setiap rabu diseluruh wilayah kecamatan diseputar tempat keramaian (terminal, pasar, pertokoan) dan lokasi perkampungan yang jauh dari jangkauan pelayanan. Pelayan terpadu dilakukan dalam bentuk jemput bola, baik didalam ruangan (*indoor*) maupun di luar ruangan (*outdoor*).

Jenis pelayanan terpadu sabilulungan dilakukan antara lain, ada yang bersifat konsultatif dan pelayanan langsung dimana dalam pelayanan terpadu sabilulungan tersebut, pihak Pemkab Bandung mengerahkan enam Dinas mulai dari Dinas Tenaga Kerja, Dinas Perhubungan, Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil, Badan Penanaman Modal dan Perijinan (BPMP), Badan Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan (BKBPP) serta Badan Perpustakaan, Arsip dan Pengembangan Sistem Informasi (Bapapsi).

Keenam instansi pemerintah ini sesuai dengan tugasnya, akan melayani 12 jenis pelayanan. Diantaranya, pelayanan KB, KTP, Akte Kelahiran, Uji Emisi Gas Buang, pembuatan Kartu Kuning, pelayanan ijin SITU, SIUP maupun TDP disamping pelayanan internet keliling secara gratis.

Sementara Polres Bandung melayani perpanjangan SIM, Surat SKCK (Surat Keterangan Catatan Kepolisian), Ijin keramaian, laporan kehilangan, pengaduan masyarakat dan informasi penerimaan anggota POLRI. Sedangkan kantor BPN, melayani pendaftaran sertifikat, peralihan hak/ balik nama, Roya maupun peningkatan hak dari HGB ke SHM. Kementerian Agama, melayani pendaftaran haji, pendaftaran nikah, perijinan madrasah serta pendaftaran wakaf tanah dan Kodim 0609 Bandung, memberikan pelayanan informasi mengenai penerimaan pendaftaran anggota TNI, informasi kegiatan TMMD, kegiatan KB-Kes serta pelayanan konsultasi bela negara.

Sejak ditandatangani MoU tanggal 1 Juni 2012 lalu oleh para pimpinan kelima instansi tersebut, Yandu Sabilulungan bergerak setiap hari Rabu yang dipusatkan diseperti halaman kantor kecamatan dengan pengaturan jadwal untuk masing-masing kecamatan setiap Rabu berbeda dan terus bergerak ke 31 kecamatan.

Yandu Sabilulungan memprioritaskan kegiatannya dengan mendahulukan kecamatan yang jauh dari kompleks Pemkab Bandung. Misalnya Kecamatan Majalaya dan Rancaekek yang tercatat sebagai kecamatan yang jaraknya jauh dari Pemkab Bandung.

Yandu Sabilulungan sebagai bentuk pelayanan jemput bola dengan prinsip "mobile, terpadu dan terjadwal" dapat meningkatkan kinerja pelayanan pada masyarakat dengan efektif, karena masyarakat tidak perlu

lagi datang ke pusat kabupaten untuk mengurus perijinan atau menanyakan informasi yang dibutuhkan dan sejak diluncurkan tahun 2012 hingga saat, pada setiap pelaksanaannya di kecamatan selalu mendapat respon positif dari masyarakat. Hal ini terlihat dengan banyaknya masyarakat yang berkunjung kelokasi pelayanan untuk mengurus berbagai keperluan. Respon positif tersebut terlihat dalam berbagai pemberitaan terkait pelaksanaan Yandu Sabilulungan seperti terlihat berikut:

Respon terlihat misalkan pada pelaksanaan Yandu Sabilulungan di halaman kantor Kec. Rancaekek, Kab. Bandung pada Rabu (28-11-2012) yang mendapat apresiasi positif dari warga karena Yandu dinilai memberikan layanan yang efektif, selain hemat waktu dan murah.

Ratusan warga Kecamatan Solokanjeruk Kabupaten Bandung, memanfaatkan pelayanan terpadu Yandu sabilulungan di Kantor Camat Solokanjeruk, Rabu (11/11/2015). Yandu sabilulungan ini merupakan pelayanan rutin yang digagas Pemkab. Bandung, untuk mendekatkan pelayanan kepada masyarakat. Sedangkan di masing-masing kecamatan sudah ada pelaksanaan pelayanan terpadu (Paten).

Ribuan warga tumpuk di lapang Trail Desa Cinunuk, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung Senin (30/5/2016)) dalam kegiatan pelayanan terpadu (yandu) yang diselenggarakan Pemkab Bandung. Gerakan yandu sabilulungan yang dibuka langsung Bupati Bandung, H. Dadang M. Naser tersebut bertepatan dengan peringatan Bulan Bhakti Gotong Royong Masyarakat (BBGRM) ke XIII dan peringatan Hari Kesatuan Gerak PKK ke-44 tingkat Kabupaten Bandung.

Sejumlah warga di Kecamatan Cicalengka, Kabupaten Bandung masih belum banyak yang mengetahui mengenai adanya dan fungsi program Pelayanan Terpadu (Yandu) Sabilulungan yang diprogramkan oleh Pemkab Bandung

Evaluasi Kebijakan Pelayanan Terpadu (Yandu) Sabilulungan

Kebijakan Yandu Sabilulungan yang digulirkan Pemkab Bandung sebagai sebuah terobosan dalam meningkatkan pelayanan publik terhadap masyarakat Kabupaten Bandung yang berlokasi jauh dari pusat pemerintahan di Soreang.

Sebagai bentuk pelayanan, berbagai respon positif diberikan masyarakat karena memudahkan dalam memperoleh layanan, walaupun demikian terdapat berbagai permasalahan semisal sosialisasi dan informasi yang masih minim sehingga terkadang menjadi keluhan tersendiri dari masyarakat.

Evaluasi terhadap kebijakan Yandu Sabilulungan menjadi sebuah kensicayaan untuk melihat sejauh mana keberhasilan kebijakan program yang digulirkan, dengan menggunakan kriteria yang disampaikan Dunn.

Secara umum, William N Dunn (dalam Riant Nugroho, 2004:537) menggambarkan kriteria-kriteria evaluasi kebijakan publik sebagai berikut:

a. Efektivitas;

Menjawab pertanyaan tentang efektif atau tidak kebijakan Yandu Sabilulungan dapat dilakukan dengan mengedepankan pada unit pelayanan yang melaksanakan kebijakan tersebut, dalam hal ini Yandu Sabilulungan memadukan lima instansi pelayanan yang ada dalam wilayah Kabupaten Bandung yang notabene menjadi layanan-layanan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat yaitu; Pemkab, Polres, Kodim, Kemenag (Kantor Kementerian Agama) dan BPN (Badan Pertanahan Nasional) dengan masing-masing layanan yang diberikan setiap instansi sebagaimana telah digambarkan dalam implementasi kebijakan Yandu Sabilulungan. Hal ini tentu menjadi efektif dalam pengurusan berbagai pelayanan secara terpadu bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang jauh dari pusat pemerintahan.

b. Efisiensi;

Berbicara efisiensi, tentu jika melihat jumlah layanan yang diberikan oleh lima dinas yang dilakukan secara terpadu dalam satu waktu dan tempat sangat efisien dalam memangkas biaya jika hanya dilakukan oleh masing-masing dinas apalagi jika dilakukan secara berlainan waktunya. Selain itu efisien juga terlihat dari sisi masyarakat itu sendiri, dimana masyarakat selama ini yang lokasinya jauh dari pusat pemerintahan, membutuhkan biaya transportasi besar untuk mengurus pelayanan menjadi murah karena tidak perlu pergi ke pusat pemerintahan, tetapi cukup di Kecamatan.

c. Kecukupan;

Yandu Sabilulungan telah menjadi program pelayanan yang dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat di wilayah Kabupaten Bandung dimana dengan biaya yang dikeluarkan masyarakat tidak besar tetapi dapat efektif mengurus berbagai kebutuhan pelayanan, walaupun saat ini belum seluruh kebutuhan pelayanan terfasilitasi dalam pelayanan terpadu tersebut.

d. Perataan;

Salah satu tujuan utama dalam meluncurkan program Yandu Sabilulungan adalah memberikan pemerataan akses dalam memperoleh pelayanan kepada seluruh masyarakat di wilayah Kabupaten Bandung yang sangat luas. Walaupun program ini masih berjalan hanya seminggu sekali dan bergilir si setiap kecamatan, akan tetapi paling tidak upaya untuk memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh masyarakat memperoleh pemerataan pelayanan sudah mulai dilakukan dan diharapkan dimasa mendatang dapat dilakukan tidak hanya seminggu sekali.

e. Responsivitas;

Berbagai respon positif muncul dari masyarakat dengan segala kemudahan yang diberikan dalam program Yandu Sabilulungan, walaupun masih terdapat keluhan, tetapi bukan pada sisi pelayanan yang diberikan. Keluhan lebih banyak berupa saran untuk lebih mensosialisasikan waktu/jadwal pelaksanaan Yandu Sabilulungan di setiap Kecamatan dan juga keluhan mengenai minimnya informasi kelengkapan dokumen pada setiap layanan yang diberikan.

f. Ketepatan;

Merujuk pada kriteria efektif dan efisien, sebetulnya dapat dijelaskan secara sederhana bahwa kebijakan program Yandu Sabilulungan dapat dikatakan tepat. Baik tepat dari sisi menjawab kebutuhan permasalahan masyarakat akan akses pelayanan maupun dari sisi kemudahan dengan memadukan berbagai layanan pada berbagai dinas dan juga dari sisi biaya yang dikeluarkan, baik oleh pemerintah maupun masyarakat pengguna layanan yang lebih murah.

Simpulan

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Implementasi kebijakan Program Yandu Sabilungan sebagai bentuk inovasi pelayanan publik di Kabupaten Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat merupakan tindak lanjut dari amanat Undang-undang No. 25 Tahun 2009 dan PP No. 96 Tahun 2012 tentang pelayanan publik. Program Yandu Sabilungan sudah dilakukan sejak tahun 2012 hingga saat ini dengan melibatkan lima instansi di wilayah Kabupaten Bandung yaitu; Pemkab, Polres, Kodim, Kemenag (Kantor Kementerian Agama) dan BPN (Badan Pertanahan Nasional) dengan berbagai jenis pelayanan dari masing-masing dinas tersebut baik yang bersifat konsultatif maupun pelayanan langsung.
2. Merujuk pada kriteria evaluasi yang dilakukan, dapat dikatakan secara umum inovasi kebijakan publik dalam bentuk program Yandu Sabilulungan sudah berhasil walaupun masih terdapat berbagai kekurangan dalam optimalisasinya.

Daftar Rujukan

- Dunn, William N. 2003. Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Dwijowijoto, Riant Nugroho. 2004. Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Koentjaraningrat. 1993. Metode-metode Penelitian Masyarakat. PT. Gramedia. Pustaka Utama. Jakarta.
- Moenir, H.A.S. (2006). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Bumi Aksara. Jakarta.
- Siagian, Sondang P. (2001). Kerangka Dasar Ilmu Administrasi. Rineka Cipta. Jakarta.

Thoha, Miftah. 2009. Ilmu Administrasi Publik Kontemporer. Jakarta: Kencana.

Perundang-undangan:

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038);

Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 215, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5357);

Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;

Konstruksi Realitas Politik Pilkada Malang dalam Media Massa Lokal

Oleh:

Sugeng Winarno

*Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah
Malang*

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144

Telp. 0341-464318

Email: sugengwinarno@umm.ac.id

Abstract

This paper aims to find the construction of Malang Post newspaper reporting on events regional election in Malang. This study uses a model framing analysis Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki. Analysis was performed on the rubric "Menuju Pringgitan" on Malang Post during the last week of the campaign period on 29 November to 5 December 2015. Using the four units of analysis, namely: Syntaxis (how journalists compile facts), Script (reporter recounts how the facts), Thematic (way journalist writing facts), and Rhetoric (how journalists emphasize the fact). The results of this study indicate that the reality of elections reported on Malang Post does not fully correspond the real facts. Facts can be deflected gently in the interest of the ruling party. Media is not truly independent and neutral, but tends to favor the incumbent candidate.

Keywords: Construction Media, Reality Politics, Election, Local Mass Media,

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk menemukan konstruksi pemberitaan surat kabar Malang Post pada peristiwa Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis dilakukan pada rubrik "Menuju Pringgitan" Malang Post selama minggu terakhir masa

kampanye yakni tanggal 29 November hingga 5 Desember 2015. Menggunakan empat unit analisis, yaitu : Sintaksis (cara wartawan menyusun fakta), Skrip (cara wartawan mengisahkan fakta), Tematik (cara wartawan menulis fakta), dan Retoris (cara wartawan menekankan fakta). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa realitas Pilkada Malang yang diberitakan Malang Post tidak sepenuhnya sesuai fakta sesungguhnya. Fakta dapat dibelokkan secara halus demi kepentingan pihak yang berkuasa. Media tidak benar-benar independen dan netral tetapi cenderung berpihak pada pasangan calon incumbent.

Kata Kunci: Konstruksi Media, Realitas Politik, Pilkada, Media Massa Lokal,

Pendahuluan

Media massa sebagai salah satu alat komunikasi manusia kini semakin dibutuhkan keberadaanya. Media massa hadir dikonsumsi masyarakat tidak saja guna pemenuhan kebutuhan mendapatkan informasi, edukasi, dan hiburan semata. Melalui media massa cetak dan elektronik, banyak orang telah menggunakannya untuk menunjang kepentingan politik.

Media massa sebagai alat komunikasi politik kini telah menjadi keniscayaan. Melalui surat kabar, majalah, radio televisi dan media *online* berita dan pembicaraan politik muncul setiap saat. Pemanfaatan media massa sebagai penunjang kegiatan politik telah terbukti ampuh. Banyak politisi yang berusaha muncul di media massa untuk kepentingan pencitraan, membujuk, dan mengharap dukungan masyarakat.

Media massa sebagai salah satu unsur komunikasi politik memiliki peran besar dalam mengekspresikan opini masyarakat. Media juga memiliki kemampuan untuk mengungkap komunikasi politik verbal masyarakat dalam memberikan pemenuhan atas "*people right to know*" apa yang sesungguhnya terjadi, sekaligus menjadikan media sebagai wahana diskusi politik masyarakat (Subiakto dan Ida, 2012: 51). Penggunaan media massa untuk kampanye tampaknya sangat esensial dalam kehidupan politik. Di Indonesia tampak peranan kampanye melalui media massa sangat besar artinya bagi seorang kandidat (Subiakto dan Ida, 2012: 94).

Dalam Severin dan Tarkard (2005: 284 dan 286), Gurevitch dan Blumler (1990:270) menyatakan bahwa demokrasi menuntut media massa terlibat dalam penentuan agenda yang bermakna, dengan mengidentifikasi isu-isu kunci, termasuk kekuatan-kekuatan yang telah membentuk dan mungkin menjelaskan isu-isu termasuk kekuatan-kekuatan yang telah membentuk dan mungkin menjelaskan isu-isu itu.

Sementara Shaw dan Martin (1992) menyatakan bahwa media melalui penentuan agenda, berfungsi untuk memberi kesepakatan yang cukup memadai pada isu-isu publik untuk memungkinkan sebuah dialog diantara kelompok-kelompok yang mempunyai pandangan yang berbeda. Dalam hal ini, penentuan agenda berfungsi sebagai peranti pembentuk konsensus yang memungkinkan demokrasi bekerja. Seperti yang diungkapkan McComb (1992: 820), *“the mass media may not be succesful in telling people what to think, but the media are stunningly succeeful in telling their audience what to think about”*. Artinya bahwa media berita tidak hanya memberitahu kita apa yang harus dipikirkan, juga memberitahu kita bagaimana kita mempertimbangkan hal itu.

Severin dan Tankard menegaskan bahwa untuk jurnalis yang bekerja, konsep penentuan agenda menyebabkan pertanyaan penting mengenai tanggung jawab. Label yang diberikan jurnalis pada berbagai peristiwa dapat mempunyai pengaruh penting pada apakah publik memberikan perhatian atau tidak pada isu-isu yang berhubungan dengan peristiwa tersebut. Dalam kampanye pemilihan isu-isu media yang oleh media dibuat tampak lebih penting dapat mempunyai dampak yang lebih menguntungkan satu orang calon daripada calon lainnya dengan proses *priming*. Media juga dapat membantu menciptakan citra tertentu untuk seorang calon dengan membuat sebagian karakteristik pribadi tampak lebih penting dan dengan mengabaikan karakteristik yang lain.

Dalam relasi media massa dan politik, tidak jarang surat kabar sebagai bagian dari media massa memainkan peran sebagai media *political message* bagi kekuatan-kekuatan politik termasuk kepentingan bagi para kandidat yang ikut berlaga dalam kontestasi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di beberapa daerah yang digelar secara serentak akhir tahun 2015.

Dalam situasi Pilkada serentak, saat ini sudah terlihat institusi politik dan elit politik telah menggunakan media untuk mendapatkan

dukungan dan legitimasi terhadap kepentingan politiknya. Kampanye politik yang memanfaatkan media massa dipilih dan diutamakan oleh para tim sukses pasangan calon dalam Pilkada mengingat media massa terbukti cukup ampuh mempengaruhi masyarakat. Media dipercaya mampu mempengaruhi opini publik melalui pesan-pesan yang disampaikan.

Dalam perhelatan pemilihan Calon Bupati (Cabup) dan Calon Wakil Bupati (Cawabup) 2015 media massa lokal juga telah berlomba memanfaatkan momentum politik ini dalam liputan pemberitaannya. Bisa dipastikan pemberitaan berkaitan dengan kampanye Cabup dan Cawabup Malang tiap hari selalu menghiasi media massa cetak dan elektronik di kota Malang.

Dalam kontestasi Pilkada di Malang muncul tiga pasang kandidat bupati dan wakil bupati. Pasangan nomor urut 1 yakni Rendra Kresna dan Sanusi, pasangan nomor 2 yakni Dewanti Rumpoko dan Masrifah Hadi, dan pasangan terakhir yakni Nurcholis dan Muhammad Mufidz. Semua kontestan menggunakan media massa untuk merebut hati masyarakat dan mendapat dukungan. Salah satu media massa lokal Malang yang memiliki tingkat terpaan cukup tinggi adalah suar kabar Malang Post.

Dalam situasi politik seperti ini menjadi menarik dilihat bagaimana salah satu surat kabar di Malang yang cukup diperhitungkan ini memainkan perannya. Bagaimana surat kabar Malang Post menampilkan ketiga kandidat yang sedang berlaga melalui liputan pemberitaannya. Bagaimana pula media menjaga independensi dan obyektifitasnya menjadi perihal menarik untuk dikritisi. Bagaimana praktik media secara ekonomi politik dalam liputan momentum politik dalam Pilkada serentak ini.

Untuk itu dalam penelitian ini difokuskan untuk melihat bagaimana model konstruksi pemberitaan pemilihan Cabup Cawabup Malang 2015. Penelitian ini menggunakan analisis *framing* yang dikembangkan dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam analisis *framing* dinyatakan bahwa realitas yang dilihat atau dibaca di media massa bukan merupakan realitas seperti yang benar-benar terjadi, melainkan sebuah proses konstruksi dari media-media yang bersangkutan. Konsep mengenai teori ini diperkenalkan oleh Sosiolog Interpretatif Peter L.

Berger. Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi (Eriyanto, 2007:15).

Dalam penelitian ini, model analisis *framing* dilakukan dengan menganalisis berita di rubrik “Menuju Pringgitan” Malang Post selama minggu terakhir masa kampanye yakni tanggal 29 November hingga 5 Desember 2015. Analisis menggunakan empat unit analisis, yaitu : *Sintaksis* (cara wartawan menyusun fakta), *Skrip* (cara wartawan mengisahkan fakta), *Tematik* (cara wartawan menulis fakta), dan *Retoris* (cara wartawan menekankan fakta).

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan model konstruksi pemberitaan surat kabar Malang Post pada peristiwa pemilihan Cabup Cawabup Malang 2015. Hasil penelitian ini diperoleh model konstruksi atau bagaimana media yang diteliti membingkai peristiwa yang terjadi. Hasil penelitian ini juga digunakan untuk melihat independensi media dan praktik ekonomi politik media. Melalui hasil penelitian ini, dapat dijadikan pengetahuan bagi masyarakat pembaca surat kabar bahwa media massa dapat melakukan pembingkai dalam menampilkan dan menyajikan beritanya.

Surat Kabar Sebagai Institusi Politik

Hubungan surat kabar dengan komunikasi politik memang tidak dapat dipisahkan. Dalam proses komunikasi politik, aspek pembentukan opini telah menjadi tujuan utama. Terutama oleh para aktor politik, berita politik diharapkan mempengaruhi sikap khalayak mengenai masalah yang dibicarakan si aktor. Karenanya manusia sebagai aktor politik memanfaatkan media massa untuk menyebarluaskan pembicaraan-pembicaraan politik dengan harapan capaian tujuan politiknya lebih besar daripada melalui saluran komunikasi politik yang lain.

Media massa bukan sekedar sarana yang menampilkan kepada publik peristiwa politik secara apa adanya, tetapi tergantung oleh kelompok dan ideologi yang mendominasinya. Dengan demikian, apapun yang dihasilkan oleh media merupakan representasi dari ideologi media massa tersebut.

Sebagai agen politik, media melakukan proses pengemasan pesan (*framing of political messages*) dan proses inilah yang menyebabkan

sebuah peristiwa atau aktor politik memiliki fakta yang akan (dan yang tidak) dimasukkan ke dalam teks berita politik. Disamping itu, dalam membuat berita politik media juga bisa memilih simbol-simbol atau label-label politik. Kedua langkah inilah, ditambah dengan pemuatannya di media, yang pada akhirnya menentukan gambaran atau *image* yang terbentuk dalam benak khalayak mengenai suatu kekuatan atau aktor politik.

Media massa kita juga pada tingkat tertentu terlibat dengan kehidupan partai politik. Bahkan dari segi kesejarahan, surat-surat kabar kita pernah terpolarisasi ke dalam partai-partai politik. Dalam situasi transisi pasca reformasi tahun 1999, yang ditengarai dengan hidupnya kembali aliran-aliran politik serta menurunnya kontrol negara terhadap politik dan pers, perhubungan antara keduanya partai politik dengan ragam aliran dan koran-koran yang memiliki latar belakang sejarah politik mendorong dibuktikannya satu hipotesis bahwa liputan politik pasca reformasi akan bersifat partisan (Hamad, 2014)

Surat Kabar dalam Mengonstruksi Realitas

Dalam pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Fakta atau peristiwa merupakan hasil dari konstruksi. Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta atas konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda. Fakta realitas pada dasarnya dikonstruksi.

Media adalah agen konstruksi. Media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan kepebihakannya, sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Berita yang dibaca bukan hanya gambaran atas realitas, bukan hanya menunjukkan gambaran dari sumber, tetapi juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk berita yang tersaji dalam pemberitaan (Eriyanto, 2012:41).

Dalam studi komunikasi, paradigma konstruksionis ini seringkali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna. Ia sering dilawankan dengan paradigma positivis (Eriyanto, 2012:43).

Ada dua karakteristik penting dalam pandangan konstruksionis: (a) Pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. (b) Pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis.

Pendekatan konstruksionis memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator dan dalam sisi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan. Pesan dipandang sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya (Eriyanto, 2012:47-48).

Perbedaan mendasar antara paradigma yang memandang komunikasi sebagai transmisi dan paradigma yang melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. *Pertama*, dari sudut definisi mengenai komunikasi sebagai interaksi Sosial. Pendekatan positivisme/transmisi melihat komunikasi sebagai proses dimana seseorang mempengaruhi sesuatu perilaku dan pikiran orang lain. Paradigma konstruksionis melihat komunikasi bukan sebagai penyebar pesan dan gagasan, melainkan proses pembentukan individu sebagai anggota dari kebudayaan atau masyarakat (Eriyanto, 2012:48).

Kedua, perbedaan dalam hal definisi tentang pesan itu sendiri. Paradigma transmisi (proses) melihat pesan sebagai apa yang dikirimkan atau disebarkan oleh seseorang dalam suatu proses komunikasi. Dalam paradigma transmisi memang ada proses timbal balik atau penafsiran ulang (Eriyanto, 2012:50).

Teori Konstruksi Atas Realitas

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Pete L. Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivikasi, dan internalisasi. Dengan demikian, sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu. Substansi “teori konstruksi sosial media massa” adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga

konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang dikonstruksi itu juga membentuk opini massa (Tamburaka, 2012:75).

Bagi Berger, realitas tidak dibentuk secara ilmiah, dan tidak juga diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya dia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan seperti ini maka realitas berwajah ganda atau plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Selain plural, konstruksi sosial itu juga bersifat dinamis. Dalam perspektif konstruksi sosial yang dibangun oleh Berger, kenyataan bersifat plural, dinamis, dan dialektis. Ia bukan merupakan realitas tunggal yang bersifat statis dan final, melainkan realitas yang bersifat dinamis dan dialektis. Kenyataan itu bersifat plural karena adanya relativitas sosial dari apa yang disebut pengetahuan dan kenyataan (Eriyanto, 2012:18).

Hirarki Pengaruh Isi Pesan Surat Kabar

Menurut teori lima level pengaruh oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996), mengonsepsi lima faktor yang mempengaruhi isi media. Dalam konteks ini hubungan antara jurnalis dengan struktur diluarnya dipertanyakan (Ishadi, 2014:14).

Penggunaan teori ini dirujuk dari teori konstruksi media yang melihat masyarakat adalah realitas yang dikonstruksikan alih-alih tetap. Media menyediakan bahan untuk produksi realitas tersebut dan makna yang ditawarkan oleh media, tetapi dapat dinegosiasikan atau ditolak. Media secara selektif mereproduksi makna tertentu. Media tidak dapat memberikan penilaian objektif terhadap realitas sosial atau semua fakta termasuk dari hasil penafsiran.

a. Level Individu

Level ini menyangkut sisi profesional jurnalis. Faktor yang melingkupi, antara lain latar belakang pendidikan, perkembangan profesional, pengaruh sikap, latar belakang, pengalaman, nilai-nilai, keyakinan, etika dan kekuasaan media dan ketrampilan menyampaikan berita secara tepat.

b. Level Rutinitas Media

Level ini berkaitan dengan perspektif organisasi media, aturan yang berlaku menyangkut proses penentuan berita atau bagaimana proses *gatekeeping*-nya. Dalam membuat suatu berita dilihat dari cara menentukan sumber berita, penulisan berita, penekanan 5W +1H dan organisasi media.

c. Level Organisasi

Pada level ini akan membahas pengaruh organisasi pada sebuah media kepada sebuah pemberitaan. Selain itu juga membahas seberapa kuat pengaruh pada level organisasi ini pada sebuah pemberitaan. Bagaimana struktur dan proses pengambilan keputusannya, khususnya untuk hal yang di luar rutinitas.

d. Level Extra Media

Level pengaruh dari luar organisasi media atau biasa disebut extra media level. Extra media level sendiri adalah pengaruh-pengaruh dari media itu berasal dari sumber berita, pengiklan, dan penonton, kontrol pemerintah, pangsa pasar dan teknologi.

e. Level Ideologi

Level pengaruh konten ideologi pada konten media. Pada level ini membahas ideologi yang diartikan pada kerangka berpikir tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Level ini menyoroti pihak yang berkuasa di masyarakat, serta bagaimana kekuatan itu berperan dalam menentukan agenda media.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis teks media atau metode analisis *framing* yang berada dalam katagori penelitian konstruksionis dengan mengkonstruksikan fakta, metode ini untuk menjelaskan bagaimana suatu teks diproduksi dan dikonstruksikan oleh individu atau kelompok pembuat teks media.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian interpretatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah

experimen) dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011:9).

Pada penelitian dengan tipe penelitian interpretatif ini merupakan paradigma konstruktivis, dimana paradigma konstruktivis ini memandang bagaimana media massa melakukan pembangunan atau konstruksi pada pesan yang disampaikan kepada khalayak, sehingga suatu berita dapat mempengaruhi opini publik. Dalam pendekatan ini, menafsirkan tentang data yang bersangkutan dengan situasi yang terjadi untuk selanjutnya menemukan dan menarik kesimpulan dari sudut pandang apa, bagaimana, dan dengan cara apa konstruksi tersebut dilakukan oleh suatu media (Kriyantono, 2006:56-58).

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta.

Ruang lingkup penelitian ini adalah surat kabar Malang Post. Data yang digunakan untuk bahan penelitian lebih lanjut adalah Rubrik “Menuju Pringgitan” di Malang Post edisi minggu terakhir masa kampanye Cabup Cawabup Malang yakni tanggal 29 November – 5 Desember 2015.

Alasan pemilihan minggu akhir masa kampanye didasarkan pada pertimbangan waktu pemberitaan Cabup Cawabup yang semakin mendekati hari pemilihan, yakni 9 Desember 2015. Pada kondisi ini media massa dan para tim sukses saling bersinergi menampilkan isu-isu yang lebih menarik dan media menyajikan isu-isu tersebut menjadi pemberitaan yang dapat mempengaruhi pembaca. “Perang” antar kandidat biasanya nampak semakin sengit ketika minggu-minggu akhir masa kampanye.

Penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan dua cara, yaitu dokumentasi dari isi berita surat kabar Malang Post tentang pemberitaan pemilihan Cabup Cawabup Malang 2015. Selain itu juga

dilakukan studi kepustakaan sumber pustaka seperti buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan fokus penelitian.

Pendekatan *framing* dapat digambarkan dalam bentuk skema seperti berikut:

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
SINTAKSIS		<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup.
Cara Wartawan dalam Menyusun Berita	1. Skema Berita	
SKRIP		5 W + 1 H
Cara wartawan menyusun fakta	2. Kelengkapan berita	
TEMATIK		Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat.
Cara wartawan dalam menulis fakta.	3. Detail. 4. Koherensi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	
RETORIS		Kata, idiom, gambar/foto, grafik.
Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	

Sumber: (Eriyanto, 2009:256)

Konstruksi Koran Malang Post

Koran Malang Post memberi porsi khusus dalam Pilkada Kabupaten Malang. Koran ini membuat sebuah rubrik khusus yang diberi nama “Road to Pringgitan”. Setiap hari selama masa kampanye rubrik ini muncul menyajikan berita kegiatan kampanye dari pasangan kandidat

Bupati Malang. Beberapa judul berita selama minggu terakhir masa kampanye adalah:

Tabel 1
Judul Berita Malang Post Tentang Pilkada Kabupaten Malang
Edisi 29 November – 5 Desember 2015

No	Judul Berita	Edisi
1.	Pendukung Optimis Malang Anyar Menang di Dampit	Minggu, 29 November 2015
2.	Warga Kromengan Siap Menangkan Rendra	Minggu, 29 November 2015
3.	Rendra Masih Populer, Dewanti Santai	Rabu, 2 Desember 2015
4.	Imron: Dewanti Diidamkan Masyarakat Kabupaten	Rabu, 2 Desember 2015
5.	Kaum Ibu Dukung Dewanti	Kamis, 3 Desember 2015
6.	Rendra Janji Lestarikan Kesenian Tradisional	Jum'at, 4 Desember 2015
7.	Dr H Rendra Kresna Melanjutkan Karya	Sabtu, 5 Desember 2015
8.	Lima Tahun Bertabur Prestasi	Sabtu, 5 Desember 2015

Dari delapan berita yang muncul selama seminggu terakhir masa kampanye terlihat tidak berimbang. Pasangan nomor urut satu yakni Rendra Kresna dan Sanusi diberitakan sebanyak lima kali. Berita Rendra muncul hari Minggu 29 November, Rabu 2 Desember, Jum'at 4 Desember dan Sabtu 5 Desember sebanyak dua judul langsung. Untuk pasangan calon Dewanti Rumpoko dan Masrifah hanya dimunculkan beritanya sebanyak tiga kali, yakni Minggu 29 November, Rabu 2 Desember, dan Kamis 3 Desember. Sementara pasangan terakhir yakni Nurcholis dan Muhammad Mufidz tidak muncul sama sekali.

Dari unsur sintaksis, pemberitaan Malang Post menggunakan *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, dan penutup. Dari sisi ini kebanyakan berita ditulis dengan menyebut nama sang kandidat atau *tagline* pasangan bupati dan wakil bupati secara langsung dalam judul. Kebanyakan *lead* juga dibuat dengan langsung menonjolkan apa yang dilakukan pasangan calon tertentu. Berita juga ditulis dengan dilengkapi sumber kutipan dari sang kandidat juga dari pihak-pihak yang terkait dalam konteks kampanye yang sedang berlangsung. Dalam penulisan kutipan narasumber ada yang dituliskan dalam bentuk kutipan langsung, namun ada juga yang dibahasakan oleh wartawan.

Seperti contoh dalam berita yang berjudul “Pendukung Optimis Malang Anyar Menang di Dampit”. Dalam berita ini *lead* berita ditulis “Kampanye calon bupati Malang nomor urut 2, Dra. Hj Dewanti Rumpoko di Kecamatan Dampit, kemarin disambut antusias warga.”. Perihal pihak yang diwawancarai, dalam berita ini dituliskan pihak yang dikutip pernyataannya adalah Dewanti Rumpoko yang mengatakan “Saya minta datanglah ke TPS tanggal 9 Desember mendatang. Ajak suami, istri, anak, orang tua dan tetangga untuk memilih nomor 2 pasangan Drs Hj Dewanti Rumpoko-Dra Hj Masrifah Hadi yang diusung PDI Perjuangan”. Sementara pernyataan Dewanti ada juga yang dituturkan wartawan dengan menuliskannya “Dewanti meminta agar masyarakat menjadi saksi, supaya suara rakyat yang diberikan tetap aman hingga hasil Pilkada Kabupaten Malang diumumkan”. Dalam judul berita ini juga dimunculkan pernyataan dari salah satu anggota DPRD Jatim yakni Sugeng Pujiyanto yang kebetulan rumahnya di daerah Dampit. Malang Post mengutip pernyataan Sugeng, “Masyarakat sudah lama menunggu Dewanti. Ternyata ketika datang, hujan mengguyur wilayah Dampit, sehingga masyarakat mendapat berkah ganda”. Dalam paragraf penutup berita diakhiri dengan kutipan dari pernyataan Sugeng, “Insyaallah Bu Dewanti akan memang di Dampit. Masyarakat sepakat memenangkannya dalam Pilkada nanti. Karena visi misinya yang pro rakyat. Dewanti juga diketahui sangat dekat dengan masyarakat lewat program blusukannya”.

Dari segi Skrip atau cara wartawan menyusun fakta bahwa Malang Post menyajikan berita tidak selalu dengan unsur yang lengkap 5W + 1 H. Formula penulisan berita yang umum dengan menjawab unsur *Who*,

What, Where, When, Why, dan How muncul di pemberitaan Malang Post. Ada beberapa berita tidak memperjelas unsur *How*-nya. Seperti dalam berita yang berjudul “Kaum Ibu Dukong Dewanti”. Dalam berita yang dimuat Kamis, 3 Desember 2015 itu tidak jelas unsur bagaimana (*How*) para ibu secara nyata mendukung pasangan Dewanti-Masrifah. Pernyataan “Dukung” seperti yang tertera dalam judul hanya dilihat dari sekelompok ibu-ibu yang saat itu datang di lokasi dimana Dewanti berkampanye.

Dari segi tematik atau cara wartawan menulis fakta dapat dilihat melalui detail, koherensi, bentuk kalimat, dan kata ganti. Dalam berita Pilkada yang dimuat Malang Post terlihat bahwa wartawan menyajikan fakta ke dalam berita dengan beberapa teknik. Penonjolan dilakukan dengan mengedepankan beberapa unsur yang menjadi kekuatan calon tertentu. Misalnya pada berita yang berjudul “Lima Tahun Bertabur Prestasi” yang dimuat pada Sabtu, 5 Desember 2015. Dalam berita ini, wartawan memilih fakta-fakta keberhasilan kepemimpinan Rendra pada lima tahun silam. Beberapa kenyataan kegagalan tidak diungkap sebagai pembandingan dalam berita yang tersaji. Dalam berita ini prestasi yang pernah diraih bupati incumbent diuraikan dengan sangat detail. Kalimat yang digunakan juga menunjukkan kehebatan kepemimpinan Rendra Kresna dalam meraih banyak prestasi.

Dilihat dari unsur retorik yakni cara wartawan menekankan fakta yang dilihat dari leksikon, grafis, dan metafora. Dalam beberapa berita yang diteliti nampak bahwa Malang Post juga berusaha menekankan fakta tertentu melalui penggunaan kata, idiom, gambar, foto, dan grafik. Hampir semua berita pada dua pasangan kandidat yakni pasangan calon nomor satu dan dua dilengkapi dengan foto. Namun dalam ukuran, *angle*, dan penempatan fotonya berbeda-beda. Beberapa foto berukuran *Medium Long Shot*, namun berukuran besar. Sementara kedua pasangan juga ditampilkan foto *Medium Close Up*. Bahkan dalam berita yang berjudul “Dr H Rendra Kresna Melanjutkan Karya” yang dimuat Sabtu, 5 Desember 2015 terpampang foto berukuran enam kolom wajah Rendra Kresna dan istrinya, Hj Jajuk Rendra Kresna. Pada pemberitaan pasangan Dewanti-Masrifah tidak muncul foto sampai berukuran enam kolom layaknya Rendra Kresna. Foto antara kedua pasangan calon nomor urut

satu dan dua ini yang muncul hanya wajah Rendra Kresna dan Dewanti saja. Wajah kandidat wakil bupati tidak ditampilkan.

Melalui struktur perangkat *framing* yang digunakan Malang Post dalam beberapa contoh berita yang muncul terlihat bahwa media ini terbukti melakukan konstruksi realitas yang terjadi. Ditinjau dari teori Hirarki Pengaruh Isi Media dalam lima level pengaruhnya yaitu level Individu penulis atau wartawan berita Malang Post. Pada level individu dari wartawan tentu ada campur tangan. Dari level organisasinya, dimana redaktur dan tim editor sebagai tangan kedua yang menerima artikel dari wartawan. Koran memiliki waktu untuk mengolah berita yang diberikan oleh wartawan, penulis memberikan berita ke kantor redaksi dan bagian editor yang mengolah lagi isi berita. Dalam masing-masing proses ini memungkinkan terjadinya konstruksi tertentu atas realitas yang terjadi.

Dalam level rutinitas media juga menunjukkan jika harian Malang Post menuliskan beritanya sudah terpola seperti penggunaan bahasa, tata letak penulisan dan model penulisannya. Misalnya kaidah-kaidah penulisan yang tepat seperti 5W + 1H yang menjadi salah satu unsur yang membedakannya. Unsur retorik dari Malang Post sangat terlihat calon *incumbent* (pasangan Rendra Krisna) lebih ditonjolkan. Malang Post dalam menggunakan foto banyak yang menunjukkan visual pasangan bupati *incumbent*. Dalam unsur level extra media dimana pengaruh ekonomi politik media, keuangan media dan lembaga di luar media yang turut serta mengkonstruksi realitas media dalam berita ini jelas terlihat.

Dalam level ideologi media, Malang Post ingin mengesankan bahwa pemerintahan Kabupaten Malang yang dipimpin Rendra Kresna mempunyai kedekatan dengan masyarakat Malang, klub sepak bola Arema dan Malang Post. Pembaca koran ini bisa mengaitkan antara Malang Post sebagai media patner Arema dan posisi Rendra yang pernah menjadi pemilik klub Arema. Semua dibingkai oleh Malang Post dan dikaitkan dengan kontestasi Pilkada Malang.

Dalam penyajian porsi pemberitaannya, Malang Post memberi ruang pada tiga pasangan kandidat secara tidak berimbang. Selama masa penelitian, Pasangan Rendra-Sanusi diberitakan sebanyak lima kali dari total delapan berita yang diteliti. Sementara pasangan nomor urut dua yakni Dewanti Dewanti Rumpoko dan Masrifah Hadi beritanya muncul

tiga kali. Untuk pasangan terakhir yakni Nurcholis dan Muhammad Mufidz tidak muncul sama sekali.

Pemberitaan banyak mengulas tentang keberhasilan bupati *incumbent*. Judul berita “Dr H Rendra Kresna Melanjutkan Karya” yang dimuat pada Sabtu, 5 Desember 2015 menunjukkan bagaimana pasangan berkuasa sebelumnya mau melanjutkan karya kerjanya selama lima tahun terdahulu. Dalam judul “Lima Tahun Bertabur Prestasi” juga semakin menguatkan bahwa dalam kepemimpinan selama lima tahun Kabupaten Malang telah bertabur prestasi.

Dalam mengonstruksi realitas, Malang Post memang menunjukkan keadaan di lapangan sesuai dengan kenyataan yang terjadi dengan adanya foto-foto dari lokasi peristiwa. Disamping itu beberapa isi berita juga menggunakan pernyataan dari narasumber. Dalam menuliskan pernyataan narasumber, Malang Post menuliskannya dalam kutipan pernyataan langsung. Di samping itu penulisan pernyataan narasumber juga disampaikan dalam bahasa wartawannya sendiri.

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan diskusi tentang pembingkai berita yang dilakukan Malang Post dalam pemberitaan Pilkada Kabupaten Malang, dapat ditarik kesimpulan bahwa konstruksi pemberitaan Malang Post dilakukan dengan cara antara lain: melihat pada unsur sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Pemberitaan Malang Post lebih menonjolkan pada pasangan *incumbent* dengan memunculkan lima judul berita dari total delapan berita yang muncul pada masa kampanye. Selain memberi porsi yang besar pada pasangan petahana, judul beritanya juga terlihat dibingkai pada kesuksesan bupati Rendra Kresna. Untuk pasangan kedua mendapat porsi pemberitaan sebanyak tiga kali, sementara pasangan Nurcholis dan Muhammad Mufidz tidak muncul sama sekali.

Fenomena penonjolan pemberitaan Malang Post pada pasangan penguasa lama seperti dikemukakan Tuchman (dalam Severin and Tankard, 2005) bahwa pembuatan berita adalah mengonstruksi realitas itu sendiri. Berita adalah sekutu bagi lembaga-lembaga yang terlegitimasi dan bahwa berita juga melegitimasi *status quo*.

Bagaimanapun media massa tidak pernah bisa bertindak benar-benar netral, independen, dan tidak memihak. Paling sering media massa akan memihak pada dirinya sendiri, para pemilik media, dan para pemilik modal yang menghidupinya secara finansial. Semua itu tentu mempengaruhi pada isi media karena sejatinya berita dibuat tidak luput dari kepentingan tertentu baik oleh perseorangan, kelompok, dan organisasi yang memiliki kekuasaan atas media.

Daftar Rujukan

Buku:

Baran, Stanley J. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*. Jakarta : Salemba Humanika.

Eriyanto. 2012. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS

_____, 2005. *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta : LKIS.

Hamad, Ibnu. 2014. *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa*. Jakarta. Granit.

McQuail, Denis. 1994. *Teori Komunikasi Massa*, Penerbit Erlangga.

_____. 2011. *Teori Komunikasi Massa edisi 6*, Jakarta. SalembaHumanika.

Moleong, J Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.

Severin, W. J. Tankard, J.W.Jr. (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.

SK, Ishadi. 2014. *Media & Kekuasaan Televisi di Hari-hari Terakhir Presiden Soeharto*. Jakarta. PT. Kompas Media Nusantara.

Subiakto, Henry & Rachmah Ida. (2012). *Komunikasi Politik, Media, & Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sobur, Alex. 2004. *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana,*

Analisis Semiotika dan Analisis Framing. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Tamburaka, Apriadi.2012. *Agenda Setting Media Massa.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Jurnal:

Johanes, Leonardo. 2013. *Analisis Framing Pemberitaan Konflik Partai nasional Demokrat (Nasdem) di Harian Media Indonesia dan Koran Sindo,* Jurnal E-Komunikasi, Universitas Kristen Petra, Vol.1, No.2, 2013, Surabaya.

Mardana, Gigih. 2010. *Komunikasi Politik di Media Massa,* Jurnal Komunikasi Massa, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Vol.3, No.2, Juli 2010, Surakarta.

Nugroho, Adi. 2008. *Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jateng pada Harian Suara Merdeka.* Jurnal Interaksi, Vol.1, No.2, 2008, Solo.

Wurdiyani, Wini. 2011. *Framing Pemberitaan Priok Berdarah di Surat Kabar,* Jurnal Ilmu Komunikasi, Komunika, FISIP Uhamka, Vol.9, No.1, Juli 2011, Jakarta.

Yusuf, Iwan Awaludin, 2011. *Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah,* Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, FISIP, UGM, Vol.14, No.3, Maret 2011. Yogyakarta.

Kearifan Lokal Musik Saronen Sebagai Pengerat Kerukunan di Masyarakat Sumenep Madura dalam Perspektif Komunikasi

Oleh:

Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UNTAG Surabaya

email : insanromadhan@gmail.com

Abstrak

Indonesia sebagai bangsa dan negara yang memiliki keberagaman suku dan budaya memiliki keunikan tersendiri dibanding negara-negara lain yang ada di dunia. Akan tetapi saling toleran, saling menjaga, saling rukun dalam bermasyarakat dengan berlandaskan kearifan lokal pada masing-masing suku dan budaya yang ada, pada saat ini seakan-akan hilang, perbedaan yang ada menyebabkan semakin seringnya perdebatan dan perpecahan muncul, Lantas kearifan lokal yang dimiliki setiap suku dan budaya yang tersebar di seluruh Indonesia ini apakah sudah hilang dalam fungsi memperlambat kerukunan dalam bermasyarakat. Pada penelitian ini mengkaji mengenai kearifan lokal musik *saronen*. Saronen berasal dari Sumenep Madura yang memiliki ciri khas terdiri dari sembilan instrumen yang sangat khas, karena disesuaikan dengan nilai filosofis Islam yang merupakan kepanjangan tangan dari kalimat pembuka Alqur'anul Karim yaitu " *bismillahirrahmanirrahim*". Kearifan lokal merupakan kecerdasan manusia yang dimiliki oleh kelompok etnis tertentu yang diperoleh melalui pengalaman masyarakat, Kerukunan yang memiliki dasar kata rukun menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah baik dan damai; tidak bertengkar (tentang pertalian persahabatan dan sebagainya), sedangkan konseptualisasi komunikasi adalah komunikasi sebagai tindakan satu arah, interaksi sebagai transaksi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipasi. Hasil dan temuan dalam penelitian ini adalah dalam aktifitas budaya musik *saronen* mencakup semua konseptualisasi komunikasi baik itu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi ataupun komunikasi sebagai transaksi.

Kata Kunci: Kearifan Lokal, Budaya Musik *saronen*, Kerukunan, Konseptualisasi Komunikasi

Pendahuluan

Indonesia sebagai bangsa dan negara yang memiliki keberagaman suku dan budaya memiliki keunikan tersendiri dibanding negara-negara lain yang ada di dunia, sebagai masyarakat Indonesia kita wajib berbangga karena bangsa dan negara ini dikarunia berbagai suku dan budaya yang melimpah ruah dan memiliki keunikan-keunikan yang beranekaragam antara suku dan budaya yang satu dengan yang lain. Suku dan budaya di Indonesia jangkakan dalam cakupan yang luas seperti antara pulau satu dengan pulau yang lain, antara daerah satu dengan daerah yang lain dalam cakupan yang lebih sempit suku dan budayanya sudah berbeda bahkan antara kota satu dengan kota yang lain juga bisa berbeda. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia adalah bangsa dan negara yang sangat beragam suku dan budayanya, akan tetapi keberagaman suku dan budaya tersebut kadang kala menyebabkan suatu permasalahan salah satunya adalah perbedaan pendapat dan tidak jarang sampai terjadi pertikaian antara suku dan budaya, seharusnya perbedaan suku dan budaya tersebut bisa saling mengisi dan melengkapi di masyarakat. Sehingga perbedaan suku dan budaya tidak menjadi alasan untuk tidak hidup damai dan rukun dalam bermasyarakat.

Pada kenyataannya belakangan ini banyaknya fenomena sosial di masyarakat yang bermunculan sudah cukup memprihatinkan. Perdebatan, perseteruan, saling hina, konflik bahkan perkelahian sudah mulai sering menghiasi berita-berita baik itu di televisi maupun surat kabar. Fenomena sosial saat ini perbedaan bisa menjadi sumbu perpecahan di masyarakat, padahal bangsa dan negara di indonesia ini dahulu berdiri kokoh memperjuangkan kemerdekaan dari tangan penjajah dan mempertahankan kesatuannya adalah dengan dilandasi persatuan yang terjalin dari berbagai suku dan budaya yang ada di tanah air indonesia ini. perbedaan pada saat itu menjadi pelecut semangat persatuan untuk melawan penjajah, kesamaan nasib menjadi motivasi setiap bagi setiap suku dan budaya untuk bersatu memperjuangkan kemerdekaan indonesia.

Berdasarkan hal tersebut suku dan budaya bukanlah menjadi alasan untuk terpecah belah, melainkan untuk saling melengkapi dan berjuang bersama-sama, Indonesia yang dari zaman perjuangan memiliki masyarakat dengan rasa saling bersatu, saling toleran, saling menjaga, saling rukun dalam bermasyarakat dengan melandaskan kearifan lokal

pada masing-masing suku dan budaya yang ada, pada saat ini seakan-akan hilang, kerukunan dari perbedaan yang ada menyebabkan semakin seringnya perdebatan dan perpecahan muncul, jangankan dalam lingkup berbeda budaya, kadang perpecahan tersebut muncul dalam lingkup satu budaya. Lantas kearifan lokal yang dimiliki setiap suku dan budaya yang tersebar di seluruh Indonesia ini apakah sudah hilang dalam fungsi memperlerat kerukunan dalam bermasyarakat? *Paper* ini akan mengulas hal tersebut pada salah satu kearifan lokal yang ada di Indonesia, khususnya kearifan lokal budaya musik saronen di Sumenep Madura dalam perspektif komunikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yaitu pendekatan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi partisipasi pasif. Observasi partisipasi pasif adalah dimana dalam observasi ini peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut (Sugiono, 2005)

Kearifan Lokal

Kearifan lokal menurut Ulfah Fajarini (2014) Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Ada pula yang mengartikan kearifan lokal berdasarkan kearifan dan lokal seperti menurut Respati dan Pindo (2009) yaitu kearifan (*wisdom*) secara etimologi yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan akal pikirannya untuk menyikapi suatu kejadian, objek dan situasi. Lokal menunjukkan ruang interaksi dimana peristiwa atau situasi tersebut terjadi. Sedangkan kearifan lokal merupakan perilaku positif manusia dalam berhubungan dengan alam dan sekitarnya yang dapat bersumber dari nilai agama, adat istiadat, petuah nenek moyang atau budaya setempat yang terbangun secara alamiah dalam suatu komunitas masyarakat untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar. Sedangkan menurut pandangan lain kearifan lokal merupakan kecerdasan manusia

yang dimiliki oleh kelompok etnis tertentu yang diperoleh melalui pengalaman masyarakat (Rahyono, 2009).

Pengertian lain menurut Ridwan (2007) Kearifan lokal atau sering disebut local wisdom dapat dipahami sebagai usaha manusia dengan menggunakan akal budinya (kognisi) untuk bertindak dan bersikap terhadap sesuatu, objek, atau peristiwa yang terjadi dalam ruang tertentu. Berdasarkan pengertian mengenai kearifan lokal tersebut dapat dipahami bahwa kearifan lokal adalah suatu warisan dari proses bermasyarakat dalam suatu daerah yang terwarisi secara turun temurun dari generasi ke generasi berikutnya yang mengandung pandangan, nilai dan tataan yang ada di dalam masyarakat. Kearifan lokal tersebut bisa berbentuk budaya, kebiasaan, adat istiadat, tatanan bicara dan sistem sosial.

Budaya Musik Saronen

Saronen yang berasal dari Sumenep Madura ini adalah suatu musik khas Madura yang memiliki ciri khas terdiri dari sembilan instrumen yang sangat khas, karena disesuaikan dengan nilai filosofis Islam yang merupakan kepanjangan tangan dari kalimat pembuka Alqur'anul Karim yaitu "*bismillahirrahmanirrahim*" yang kalau dilafalkan terdiri dari sembilan *keccab* yaitu *bis mil lah hir rah ma nir ra him*. Mengapa demikian? Karena budaya musik *saronen* pada perkembangannya digunakan sebagai media dakwah agama islam. Sejarah keberadaan musik saronen erat kaitannya dengan penyebaran agama islam di Madura khususnya di Kabupaten Sumenep. Karena lahirnya musik itu, diprakarsai oleh ulama Sumenep sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada Masyarakat. Usia musik tradisional itu lebih dari 500 tahun lamanya. Musik itu pertama kali dimunculkan atau diciptakan oleh Kiai Hatib Sendang, beliau putera ulama yang pertama kali datang ke Sumenep, Sayid Ahmad Baidhawi (Pangeran Katandur). Tempat tinggal Kiai Hatib (cicit Sunan Kudus) adalah desa Sendang Kecamatan Paragaan, yang juga tercatat sebagai pondok pesantren pertama di Madura. Nama Saronen dalam catatan sejarahnya mengambil dari nama hari senin(Sennenan).

Sejarahnya musik itu sering ditabuh setiap hari Senin di Pasar Ganding Sumenep. Kyai Hatib Sendang dan para pengikutnya menghibur pengunjung pasar disertai pelawak yang menari (Atandang), selain itu

mereka melantunkan kejhung islami untuk mengajak masyarakat untuk melakukan Syariat Islam secara kaffah dan benar. Setelah para pengunjung pasar berkumpul, mulailah giliran Kyai Hatib Sendang berdakwah memberi pemaparan tentang Islam dan kritik sosial. Gaya dakwah yang kocak humoris tapi mampu menggetarkan hati pengunjung membuat masyarakat yang hadir tertarik langsung minta baiat masuk Islam. Kesembilan instrumen musik *saronen* ini terdiri dari : 1 saronen, 1 gong besar, 1 kempul, 1 satu kenong besar, 1 kenong tengahan, 1 kenong kecil, 1 korca, 1 gendang besar, 1 gendang dik-gudik (gendang kecil). Musik *saronen* ini biasanya dipakai untuk mengiringi lomba kerapan sapi, kontes sapi sono', upacara ritual, resepsi pernikahan, kuda serek (kencak) dll (<http://muslimlokal.blogspot.co.id/> akses 4 maret 2017, 10.00 WIB).

Pada salah satu website orang madura juga disebutkan mengenai *saronen* yaitu suatu kombinasi tarian dan musik yang berasal dari kota sumenep, yang biasanya dimainkan secara berkelompok yang terdiri dari terompet, gong, rebana dsb yang dimainkan dengan cara berdiri diiringi musik saronen serta lenggak-lenggok para pemain rebana dan gong sambil menabuh gendang dan meniup terompet, biasanya Saronen ditampilkan ketika acara pesta rakyat, syukuran rakyat, karapan sapi, penyambutan tamu dsb. (plat-m.com/ akses 9 maret 2017).

Kerukunan

Kerukunan yang memiliki dasar kata rukun menurut kamus besar bahasa indonesia adalah baik dan damai; tidak bertengkar (tentang pertalian persahabatan dan sebagainya). Dalam bahasa Indonesia arti rukun dibagi menjadi dua yaitu rukun (nominal) berarti sesuatu yang harus di penuhi untuk sahnya pekerjaan, seperti tidak sahnya manusia dalam sembahyang yang tidak cukup syarat, dan rukunya asas, yang berarti dasar atau sendi: semuanya terlaksana dengan baik tidak menyimpang dari rukunnya agama. Kedua rukun (ajektif) berarti baik dan damai tidak bertentangan: hendaknya kita hidup rukun dengan tetangga, bersatu hati, sepakat. Merukunkan berarti mendamaikan, menjadikan bersatu hati. Kerukunan berarti perihal hidup rukun, rasa rukun, kesepakatan dan kerukunan hidup bersama. Sedangkan dalam paper ini yang dimaksud rukun adalah rukun yang ajektif, yaitu

kerukunan yang dalam arti damai, menjaga persaudaraan, persatuan, tidak berkonflik dalam bermasyarakat.

Komunikasi

Komunikasi secara sederhana adalah proses pengiriman pesan dari komunikator ke komunikan dengan melalui media, sedangkan dalam pengertian yang lebih mendalam lagi, komunikasi berdasarkan konseptualisasinya dibagi menjadi tiga, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. (Mulyana, 2016: 67).

Komunikasi sebagai tindakan satu arah dapat dikatakan bahwa komunikasi yang terjadi hanyalah sebatas komunikator sebagai pengirim pesan menyampaikan pesan kepada komunikan sebagai penerima pesan yang pesan tersebut disampaikan baik secara langsung maupun melalui media seperti surat kabar, radio dan televisi. Dan setelah pesan tersebut tersampaikan dari komunikator ke komunikan, maka komunikan sebagai penerima pesan tersebut mungkin merespon sebagai hasil dari menerima pesan, lalu proses komunikasi dianggap sudah terjadi. Jadi komunikasi sebagai tindakan satu arah ini dianggap sebagai proses komunikasi yang linier yang dimulai dari komunikator sebagai pengirim pesan dan berakhir pada komunikan sebagai penerima pesan.

Konseptualisasi berikutnya adalah komunikasi sebagai transaksi yaitu menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi (Mulyana, 2016: 72), jadi komunikasi sebagai interaksi ini contohnya ketika orang A sebagai pengirim pesan mengirimkan pesan kepada orang B sebagai penerima pesan, kemudian orang B tersebut bereaksi dengan memberikan respon dan jawaban kepada orang A, selanjutnya orang A tersebut merespon dan bereaksi lagi setelah menerima tanggapan dari orang B, dan begitu seterusnya sampai berulang-ulang, komunikasi sebagai interaksi tersebut bisa juga dikatakan sebagai komunikasi yang terjalin secara dua arah.

Konseptualisasi komunikasi yang terakhir adalah komunikasi sebagai transaksional. Konseptualisasi yang ketiga ini prosesnya hampir sama dengan komunikasi sebagai interaksi yaitu secara dua arah, akan tetapi dalam komunikasi transaksional ini komunikasi dikatakan telah berlangsung jika seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain

(Mulyana, 2016: 75). Jadi bisa dikatakan bahwa komunikasi sebagai transaksional ini lebih berorientasi pada penerima.

Budaya Musik Saronen Sebagai Pengerat Kerukunan dalam Perspektif Komunikasi

Komunikasi yang ada pada budaya musik saronen bisa sebagai komunikasi sebagai tindakan satu arah, bisa sebagai komunikasi sebagai interaksi dan bisa juga sebagai tindakan transaksional, jadi semua konseptualisasi dalam budaya musik saronen ketiganya ada.

Budaya Musik Saronen Sebagai Media Dakwah

Pada awal munculnya budaya musik *saronen* digunakan sebagai media dakwah untuk menyebarkan islam di sumenep. Pada perspektif komunikasi alasan digunakannya musik *saronen* untuk media dakwah dikarenakan masyarakat sumenep pada saat itu lebih condong ke arah budaya lokal yang kuat, sehingga untuk menyebarkan islam maka dilewatilah jalan dengan mengemas dakwah menggunakan sarana musik *saronen*. Pada saat itu masyarakat yang tertarik dengan musik *saronen* tersebut dan bertanya musik apa *saronen* itu, karena suara yang dihasilkan oleh *saronen* enak didengar, menyentuh, sehingga masyarakat banyak yang memutuskan untuk memeluk agama islam. Sedangkan dalam perspektif komunikasi mengenai budaya *saronen* sebagai media dakwah jika hanya sebatas pada tahap penyebar agama sebagai pengirim pesan atau komunikator mengirimkn pesan melalui sebuah pertunjukkan *saronen* untuk menarik perhatian masyarakat sebagai penerima pesan atau komunikan tanpa harus menunggu tanggapan atau respon dari masyarakat maka komunikasinya dapat dikatakan sebagai komunikasi sebagai tindakan satu arah. Berbeda jika pada saat menyuguhkan musik *saronen* ada masyarakat yang menanyakan dan penyebar agama tersebut menanggapi atas respon yang diberikan oleh masyarakat dan hal tersebut terjadi secara berulang-ulang, maka dapat dikatakan komunikasi yang terjadi adalah komunikasi sebagai interaksi. Lain lagi jika pada saat interaksi antara penyebar agama dan masyarakat menghasilkan sebuah kesepahaman pada masyarakat, bahwa musik *saronen* tersebut memang disuguhkan sebagai media dakwah. Jika masyarakat menafsirkan pesan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penyebar agama bahwa musik *saronen* adalah media dakwah umat islam

dan mereka memahami maka komunikasi yang terjadi termasuk komunikasi sebagai transaksional. Kaitannya dengan mempererat kerukunan adalah pada saat hadirnya musik *saronen* membuat masyarakat berbondong-bondong datang untuk melihat musik *saronen*, disitu akan terjadi interaksi dalam masyarakat ketika melihat *saronen* tersebut dan secara tidak langsung akan memupuk rasa kebersamaan dalam bermasyarakat, sehingga kerukunan dalam bermasyarakat dapat semakin erat.

Budaya Musik Saronen dalam Penyambutan Tamu

Musik *saronen* sering digunakan salah satunya sebagai penyambutan tamu, jadi ketika ada tamu yang berkunjung ke Sumenep akan disuguhkan musik *saronen* dengan tujuan bahwa sebagai tuan rumah ingin menunjukkan rasa hormat kepada tamu.

Pada perspektif komunikasi tuan rumah disebut sebagai pengirim pesan dan pesan yang ingin disampaikan adalah untuk menunjukkan rasa hormat melalui musik *saronen* yang digunakan sebagai media, sedangkan tamu adalah penerima pesan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi yang terjalin hanya sampai ketika tamu sebagai penerima pesan melihat penyambutan melalui musik *saronen*, jika tidak ada komunikasi lebih lanjut seperti tidak adanya tanggapan dari tamu maka termasuk komunikasi sebagai tindakan satu arah, karena pengirim pesan dalam hal ini tuan rumah sudah menyampaikan pesannya kepada penerima yaitu tamu, entah tamu tersebut menanggapi dan memahami atau tidak, yang terpenting pesan sudah sampai kepada penerima.

Lain halnya ketika penerima pesan yaitu tamu menanggapi contohnya seperti menanyakan apa itu yang sedang dia lihat dan kemudian pengirim pesan yang pertama yaitu tuan rumah menjelaskan bahwa itu musik *saronen* yang kemudian ditanggapi lagi oleh tamu dengan menanyakan mengenai alat musik yang digunakan dalam *saronen* misalnya dan kemudian tuan rumah kembali menjelaskan maka itu bisa disebut komunikasi sebagai interaksi, karena ada *feedback* dari penerima pesan.

Pada situasi yang lain misal ketika tamu tersebut menanyakan apa itu yang sedang dilihat dan tuan rumah menjelaskan bahwa itu musik

saronen yang memang digunakan untuk penyambutan tamu dengan tujuan untuk menghormati tamu dan tamu tersebut pada akhirnya memahami maksud dari tuan rumah sehingga tamu tersebut merasa dihargai, maka komunikasi yang terjalin termasuk komunikasi sebagai transaksional, karena penerima pesan sudah memahami dan menafsirkan pesan dari pengirim pesan.

Musik saronen yang yang digunakan sebagai media pesan untuk menunjukkan rasa hormat dari tuan rumah kepada tamu secara tidak langsung akan mempererat kerukunan antara tuan rumah dan tamu tersebut. Pada masyarakat sumenep madura yang sudah memahami bahwa musik saronen memang sering digunakan dalam penyambutan tamu, maka secara tidak langsung ketika melihat pemerintah daerah melakukan hal tersebut maka masyarakat akan menilai bahwa menjalin kerukunan dalam itu penting agar tercipta kedamaian dalam bermasyarakat, jika pemerintah daerah saja berusaha menjalin kerukunan mengapa sebagai masyarakat kita tidak meniru. Oleh karena itu budaya musik saronen bisa digunakan sebagai pengikat kerukunan dalam bermasyarakat.

Budaya Musik Saronen dalam Resepsi Pernikahan

Musik *saronen* juga digunakan sebagai hiburan dalam resepsi pernikahan sumenep madura, jadi setiap tamu yang datang akan disuguhkan budaya musik *saronen* dengan tujuan untuk memberikan hiburan kepada tamu undangan yang datang.

Pada perspektif komunikasi pemilik hajatan dianggap sebagai komunikator atau pengirim pesan dan pesan yang akan disampaikan adalah untuk memberikan hiburan kepada tamu undangan, sedangkan tamu undangan sebagai penerima pesan atau komunikan. Jika hanya sampai batas pemilik hajatan menampilkan musik *saronen* dan tamu undangan menyaksikan, maka komunikasi yang terjalin adalah komunikasi sebagai tindakan satu arah, karena tidak adanya reaksi, respon dan *feedback* dari tamu undangan sebagai komunikan. Lain cerita ketika tamu undangan menyaksikan musik *saronen* dan kemudian menanyakan mengenai musik *saronen* tersebut kepada pemilik hajatan, maka komunikasi yang terjadi menjadi komunikasi sebagai interaksi. Karena ketika tamu undangan menanyakan mengenai budaya *saronen*

kepada pemilik hajatan, maka tamu undangan berbalik peran menjadi komunikator atau pengirim pesan sedangkan pemilik hajatan menjadi komunikan atau penetima pesan. Sedangkan jika tamu undangan sampai pada tahap memahami bahwa musik *saronen* tersebut disuguhkan dengan tujuan untuk menghibur ketika berinteraksi maka komunikasi yang terjadi adalah komunikasi sebagai tindakan transaksional. Karena tamu undangan sebagai komunikan mampu menafsirkan pesan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh pemilik hajatan sebagai komunikatornya.

Pada saat musik *saronen* disuguhkan pada acara resepsi pernikahan maka tamu undangan akan merasa terhibur oleh pertunjukan musik *saronen* tersebut, sehingga akan memunculkan persepsi bahwa pemilik hajatan berniat untuk memberikan hiburan kepada tamu undangan, sehingga tamu undangan akan merasa dihargai dan pada akhirnya hubungan antara pemilik hajatan dan tamu undangan akan semakin erat kerukunannya dalam bermasyarakat.

Budaya Musik Saronen dalam Kerapan Sapi

Musik *saronen* juga biasa di suguhkan ketika ada lomba kerapan sapi, biasanya sebelum lomba dimulai dibuka dengan pertunjukkan musik *saronen*. Musik *saronen* yang disuguhkan pada saat perlombaan kerapan sapi ditujukan untuk menarik perhatian penonton sebelum dimulainya lomba, sehingga masyarakat berkumpul dan berinteraksi satu sama lain. Dalam perspektif komunikasi ketika panitia lomba sebagai pengirim pesan atau komunikator mengirim pesan kepada masyarakat bahwa kerapan sapi akan dimulai dengan cara memainkan musik *saronen*, maka masyarakat kemudian akan berkumpul karena hal tersebut menandakan bahwa lomba kerapan sapi akan segera dimulai. Karena pesan yang disampaikan oleh komunikator mampu ditafsirkan dan dipahami oleh komunikan begitupula komunikator memahami *feedback* dari komunikan, maka komunikasi yang terjadi adalah komunikasi sebagai tindakan transaksional.

Kesimpulan

Musik *saronen* sering digunakan sebagai sarana hiburan bagi masyarakat sumenep madura. Pada perspektif komunikasi musik *saronen* mencakup semua konseptualisasi komunikasi yang terdiri dari komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan

komunikasi sebagai transaksi. Pertunjukkan *saronen* tersebut biasanya disuguhkan pada acara-acara yang berhubungan dengan banyak orang, karena musik *saronen* sebagai budaya madura mampu untuk menarik perhatian masyarakat, ketika masyarakat berkumpul menikmati musik *saronen* dalam keadaan yang senang dan gembira secara tidak langsung akan menciptakan suasana damai dalam masyarakat sehingga interaksi antar individu menjadi lebih terbuka dan dapat mempererat kerukunan dalam bermasyarakat.

Daftar Rujukan

Fajarini, Ulfa. 2014. Peranan Kearifan Lokal Dalam Pendidikan Karakter dalam jurnal UIN Jakarta. *Sosio Didaktika*: Vol. 1,

Mulyana, Deddy. 2016. Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moerdijati, Sri. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Surabaya: Revka Petra Media

Rahyono. F.X. 2009. Kearifan Budaya dalam Kata. Jakarta: Wedatama Widyastra.

Sugiono, 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

Wikantiyoso dan Tutuko. 2009. Kearifan Lokal dalam perencanaan dan perancangan kota. Malang: Konservasi Arsitektur Kota.

KBBI Online

muslimlokal.blogspot.co.id

plat-M.com

Membangun Pemahaman Kearifan Lokal Melalui Tayangan “Si Bolang”

Oleh:

Trie Damayanti

trie.damayanti@unpad.ac.id

Iriana Bakti

irianabaktipr@gmail.com

Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Padjadjaran

Abstrak

Kearifan lokal merupakan bagian dari budaya suatu masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakatnya itu sendiri. Kearifan lokal atau local wisdom merupakan sesuatu yang melekat dengan masyarakat yang perlu untuk dipelajari untuk memahami budaya masyarakat itu. Dalam mengenalkan dan membangun pemahaman pada Kearifan Lokal banyak usaha yang dilakukan salah satunya melalui media televisi dalam program-program tayangannya. Kearifan lokal dalam rangka memahami budaya tertentu biasanya ditampilkan pada acara yang mengemas wisata budaya, tetapi Trans7 justru mencoba mengemas pemahaman kearifan lokal melalui sebuah tayangan yang ditujukan untuk anak-anak yaitu “Si Bolang”. Si Bolang adalah sebuah acara yang dibuat untuk anak-anak dengan membuat tokoh utama yang dinamai si Bolang atau Bocah Petualang yang diambil dari anak-anak daerah dengan mengenalkan permainan daerah tersebut. Survey yang diselenggarakan oleh KPI dalam rangka menilai kualitas siaran TV menunjukkan bahwa siaran ini memperoleh nilai 4,09 dari nilai 4 yang diambil sebagai standar mutu KPI. Tetapi hasil data kualitatif yang melibatkan 10 orang pakar komunikasi menunjukkan meskipun acara ini menunjukkan kearifan lokal dalam setiap tayangannya, kurang cukup memberikan pengetahuan terkait dengan empati social, tutur cerita yang kurang runut dan kurang terbangunnya nuansa bermain anak-anak sebagai sebuah area bermain yang berdasar pada kearifan lokal di masyarakat tertentu. Brand yang

dicoba dibangun untuk seorang tokoh Bolang dengan harus menggunakan topi dan ransel ikut mendukung kurang terciptanya pembangunan pemahaman kearifan lokal melalui tayangan ini.

Kata kunci: Membangun Pemahaman, Kearifan Lokal, “Si Bolang”.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang sangat luas, yang memiliki banyak warga dan suku bangsa. Semua suku bangsa di Indonesia memiliki kearifan lokal, karena kearifan lokal tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan masyarakatnya. Kearifan lokal terdiri dari dua kata, yaitu kearifan (wisdom) dan lokal (local) yang berarti setempat, dengan demikian dipahami bahwa pengertian kearifan lokal merupakan gagasan-gagasan atau nilai-nilai, pandangan-pandangan setempat (lokal) yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Rachmat Witoelar menyatakan kearifan lokal yang berkembang di masyarakat merupakan perilaku positif yang berhubungan dengan alam dan lingkungan sekitarnya yang dapat bersumber dari adat istiadat, nilai-nilai keyakinan dan agama yang dianut, petuah nenek moyang atau budaya setempat³. Hal tersebut dapat terlihat dari perwujudan kearifan lokal yang ada di masyarakat seperti: pola pikir masyarakat tentang budi pekerti, perasaan mendalam terhadap tanah leluhur, perilaku yang terus melekat ketika berbaur dengan kelompok masyarakat, filosofi hidup yang mendarah daging, keinginan untuk tetap menjalankan adat/tradisi yang telah lama diikuti secara turun temurun.

Banyak orang percaya bahwa kearifan lokal di Indonesia sudah akan punah, terlihat dari berbagai adat kebiasaan masyarakat Indonesia yang sedikit demi sedikit mulai tidak menjadi dasar perilaku masyarakatnya. Perkembangan teknologi menjadi salah satu yang memicu luntarnya adat kebiasaan masyarakat ini, karena secara filosofis, kearifan lokal dapat diartikan sebagai system pengetahuan masyarakat lokal yang bersifat empiric karena berangkat dari fakta-fakta yang terjadi di sekeliling kehidupan masyarakat. Pada masa sekarang perkembangan teknologi komunikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari

³ <https://books.google.co.id/books?isbn=9797095738>

kehidupan manusia modern, hal ini memiliki efek munculnya budaya baru yang berdasarkan pengalaman empiris manusia pada penggunaan media tersebut.

Kegelisahan akan hal punahnya kearifan lokal terutama pada anak-anak, disikapi oleh berbagai station televisi dengan menayangkan berbagai tayangan yang berdasarkan pada kearifan lokal tersebut. Salah satunya adalah station televisive Trans7 yang secara konsisten banyak menampilkan acara untuk anak-anak. Acara anak-anak yang memiliki konten kearifan lokal adalah ‘Si Bolang’, di setiap tayangannya ‘Si Bolang’ menampilkan sosok seorang anak dari suatu daerah tertentu, yang mencoba mengenalkan kearifan local daerahnya pada pemirsa melalui dirinya, kesehariannya, permainannya, sampai dengan makanan yang dimakannya. Kearifan local tersebut dicoba dipotret melalui kacamata anak-anak, sambil bermain dan bercanda dengan teman-teman sebayanya, sasaran dari acara ini adalah anak-anak, terlihat dari penempatan acara ini pada sore hari, sehingga diharapkan anak-anak setelah melihat acara ini akan mengenal dan memahami budaya dan kearifan local seluruh wilayah di Indonesia.

Dari latarbelakang tersebut timbul sebuah pertanyaan penelitian: bagaimana membangun pemahaman kearifan local melalui tayangan “Si Bolang”.

Tinjauan Pustaka

Kearifan Lokal

Pengertian kearifan Lokal menurut Para Ahli meyakini bahwa: Segala bentuk kebijaksanaan yang didasari oleh nilai-nilai kebaikan yang dipercaya, diterapkan dan senantiasa dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama (secara turun temurun) oleh sekelompok orang dalam lingkungan atau wilayah tertentu yang menjadi tempat tinggal mereka. Hal tersebut dapat dalam beberapa bentuk seperti:

- a. Pola pikir masyarakat yang berbudi pekerti baik.
- b. Perasaan mendalam terhadap tanah kelahiran.
- c. Bentuk perangai/tabiati masyarakat kebanyakan pada daerah tertentu yang akan melekat dan dibawa saat berbaur dengan kelompok masyarakat/lingkungan yang berbeda.

- d. Filosofi hidup masyarakat tertentu yang mendarah daging dan tetap lekat meski telah lama hidup di perantauan.
- e. Keinginan besar untuk tetap menjalankan adat/tradisi yang telah lama diikuti secara turun temurun.

Kearifan local tumbuh dan menjadi bagian dari kebudayaan masyarakat itu sendiri, dimana beberapa hal akan berperan penting dalam perkembangannya, di antaranya: bahasa, agama, kesenian, taraf pendidikan masyarakat, perkembangan teknologi dan yang lainnya.

Kearifan local dapat dibedakan menjadi dua garis besar, yaitu:

- a. Kearifan local tradisional atau kearifan local lama, yaitu kearifan local yang telah dijalankan secara turun temurun dalam waktu yang sangat panjang.
- b. Kearifan local kontemporer atau kearifan local baru, yaitu kearifan local yang muncul karena adanya pengaruh beberapa hal seperti: perkembangan teknologi dan masuknya budaya luar pada suatu daerah.⁴

Tayangan Televisi

Acara televisi atau program televise merupakan acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televise. Secara garisbesar, program TV dibagi menjadi program berita dan program non-berita.

Jenis program televisi dapat dibedakan berdasarkan bentuk jadi (format) teknis atau berdasarkan isi. Bentuk jadi teknis merupakan bentuk jadi umum yang menjadi acuan terhadap bentuk program televise seperti gelar wicara (talkshow), documenter, film, kuis, music, instruksional, dll. Berdasarkan isi, program televisi berbentuk non-berita dapat dibedakan antara lain berupa program hiburan, drama, olahraga, dan agama. Sedangkan untuk program televise berbentuk berita secara garis besar digolongkan ke dalam warta penting (hard news) atau berita-berita mengenai peristiwa penting yang baru saja terjadi dan warta ringan (soft news) yang mengangkat berita bersifat ringan. (Effendy, 2009:11)

Tayangan Anak-Anak

⁴ <http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-kearifan-lokal-secara-umum/>

Tayangan untuk anak-anak adalah sebuah program TV yang ditujukan untuk anak-anak sebagai pemirsanya. Pada dasarnya tayangan untuk anak-anak tidak berbeda dengan jenis tayangan lain, hanya karena ditujukan oleh anak-anak dimana anak-anak memiliki kemampuan meniru lebih tinggi dibandingkan orang dewasa, mengakibatkan tayangan anak-anak ini menjadi perhatian tertentu.

Menurut Comstock proses peniruan anak-anak pada tayangan televisi akan berefek pada perilaku anak tersebut. Menurutnya dalam proses peniruan tersebut anak tersebut ada proses salience, repertoire arousal.

Salience dipengaruhi oleh masa lalu pandangan tentang konsekuensi dan tindakan sekarang. Sementara salience bekerja repertoire juga bekerja. Makin kecil repertoire maka makin besar kemungkinan suatu tindakan akan dilakukan. Sementara itu arousal juga bekerja, apakah penonton terdorong untuk bertindak ditentukan oleh berapa besar tv act menjadi arousal baginya. (Comstock, 1978)

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif dipilih sebagai teknik penelitian dalam penelitian ini untuk memaparkan bagaimana sebuah tayangan anak-anak (Si Bolang) membangun pemahaman masyarakat pada kearifan local di wilayah Indonesia.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: survey, focus group discussion, observasi.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan dari 10 program anak-anak yang ditayangkan di beberapa televisi "Si Bolang" menduduki peringkat tinggi sebagai program anak-anak yang paling banyak disaksikan oleh penonton.

Acara Televisi	f (menonton)
Dunia Handmade (Global TV)	10
Bocah Pejuang (Trans TV)	8
Come to see My World (Indosiar)	2
Buah Hatiku Sayang (TVRI)	5
Adit & Sopo Jarwo (MNC TV)	5
Si Bolang (Trans 7)	65
Hafiz Indonesia (RCTI)	2
Konser di atas Rata-rata (Metro TV)	2
Syamil & Dodo (RTV)	1
Jumlah	100

Survey yang dilakukan oleh KPI menyatakan bahwa Indeks Kualitas Program Anak-anak memiliki indeks kualitas Program Siaran 4,09, lebih tinggi 0,09 dari standar yang ditetapkan oleh KPI.

Untuk program Si Bolang di tetapkan Indeks Program Siaran Anak-anak berdasarkan Indikator adalah sebagai berikut:

Indikator	Indeks
Relevansi cerita	4,07
Informatif dan merangsang kognisi anak	4,15
Edukatif	4,08
Menghormati nilai dan norma sosial di masyarakat	4,09
Empati Sosial	3,97
Menghormati orang dan kelompok tertentu	4,00
Non kekerasan	3,98
Non Pornografi	4,35

Hasil yang didapat dari lapangan dikonfirmasi dengan menggunakan 10 orang pakar, dan hasilnya adalah:

Acara Televisi	Indeks
Dunia Handmade (Global TV)	4,21
Bocah Pejuang (Trans TV)	4,27
Come to see My World (Indosiar)	4,19
Buah Hatiku Sayang (TVRI)	3,90
Adit & Sopo Jarwo (MNC TV)	3,90
Si Bolang (Trans 7)	4,50
Hafiz Indonesia (RCTI)	4,19
Konser di atas Rata-rata (Metro TV)	4,08
Syamil & Dodo (RTV)	4,17

Dari penilaian panel ahli, hampir seluruh program anak-anak memperoleh indeks kualitas di atas 4 – dengan indeks tertinggi diperoleh program si Bolang (Trans7) sebesar 4,50, Bocah Pejuang (Trans TV) sebesar 4,27 dan Dunia Handmade (Global TV) sebesar 4,21.

Hasil penilaian panel ahli pada Program si Bolang adalah sebagai berikut:

Indikator	Indeks
Relevansi cerita	4,57
Informatif dan merangsang kognisi anak	4,52
Edukatif	4,56
Menghormati nilai dan norma sosial di masyarakat	4,44
Empati Sosial	4,43
Menghormati orang dan kelompok tertentu	4,42
Non kekerasan	4,47
Non Pornografi	4,57

Dari hasil penilaian panelis ahli terlihat bahwa angka yang tertinggi muncul dari non pornografi, dan angka edukatif.

Sesuai dengan rencana penggagas program ini bahwa program acara “Si Bolang” memang ditujukan untuk pendidikan anak-anak, dan terutama dimaksudkan untuk mencoba memberikan pemahaman mengenai kearian local dari kacamata anak-anak, program ini bisa dianggap cukup berhasil dalam menggait penonton. Tetapi keberhasilan tersebut dikritisi kembali oleh para ahli terutama pada konten cerita program tersebut.

Si Bolang (Bocah Petualang) adalah program petualangan anak di Trans7 yang menghadirkan perjalanan Si Bolang dari seluruh nusantara dalam memperkenalkan alam dan budaya di daerahnya masing-masing. Si Bolang akan membawa Anda dan keluarga ke berbagai tempat di tanah air untuk melihat adat istiadat dan kebiasaan masyarakat, terutama anak-anak, dimana mereka berada. Acara yang bersifat edutainment ini akan memberikan anak-anak Anda wawasan dan pengetahuan mengenai kebudayaan masyarakat Indonesia.⁵



Dari tokoh yang digambarkan, setiap tokoh si Bolang ‘harus’ menggunakan topi dan scarf berwarna merah, dan ransel berwarna merah

⁵ http://tvguide.co.id/program_acara_rutin/si-bolang-trans7

juga sebagai penanda si Bolang dan bukan si Bolang, tetapi pakaiannya menyesuaikan dengan daerah masing-masing.



Gambar ini adalah contoh bagaimana si Bolang dibedakan dengan atribut topi, syal, dan ransel berwarna merah.

Tanda-tanda tersebut cukup berhasil dalam menunjukkan pembeda tetapi para panelis ahli justru beranggapan mengganggu proses penanaman pemahaman pemaknaan pada budaya setempat, karena tidak semua budaya anak-anak menggunakan topi dan syal sebagai pakaian bermainnya.

Keterlibatan orang tua dalam beberapa episode acara ini juga menunjukkan bahwa anak-anak sangat dipengaruhi oleh orangtua, sehingga bermain dalam tayangan ini sangat terbatas. Mencoba penanaman pemahaman budaya sebagai salah satu kearifan local akhirnya tetap dibebankan pada orang tua.

Di beberapa episode bahkan menunjukkan perilaku bermain anak-anak yang cenderung merusak, seperti mencabut tanaman tertentu, berburu binatang yang dianggap sudah hampir punah, dll. Hal ini menunjukkan sisi penanaman pemahaman yang kurang mendidik.

Kesimpulan

Dari segi kemasan tayangan, si Bolang sudah cukup baik dalam segi kualitas tayangan, tapi dalam pengemasan isi tayangan cerita yang

dibangun kurang menunjukkan bagaimana kearifan local yang adalah acara tersebut.

Sarannya adalah pihak televise sebaiknya lebih memerdalam konten cerita yang berangkat dari dunia anak-anak tanpa perlu ada turut campur orangtua, dan cerita mengenai kearifan local tersebut betul-betul berangkat dari bagaimana anak tersebut membentuk realitas tentang budaya di sekitarnya.

Daftar Rujukan

- Comstock, G. 1978. "Television and Human Behavior". Columbia University Press. NY.
- Effendy, Heru. 2009 "Industri Pertelevision Indonesia". Sahabat Buku.
- Nazir, Mohammad. 1993. "Metode Penelitian". Ghalia Indonesia. Jakarta.

Kearifan Lokal Kota Pameungpeuk

Oleh:

Evi Novianti, Priyo Subekti

evi.novianti@unpad.ac.id // novianti.vi@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Abstrak

Pameungpeuk dapat dikatakan merupakan perkampungan yang terbilang sepi. Hal ini menyebabkan minimnya interaksi masyarakat lokal dengan ‘dunia luar’. Maka bukanlah sesuatu yang berlebihan apabila nilai - nilai budaya Pameungpeuk masih sangat terjaga.

Kebudayaan Sunda merupakan salah satu dari sekian keberagaman budaya yang harus dilestarikan dan dipertahankan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Tentu saja hal ini tidak pernah lepas dari adanya kearifan lokal yang selalu dipertahankan dalam suatu kelompok masyarakat. Kearifan lokal di daerah tersebut tetap berjalan turun - temurun, salah satunya adalah budaya gotong royong yang sangat kental di masyarakat sekitar. Budaya ini selain didasari oleh rasa kekeluargaan yang tinggi, juga disebabkan oleh adanya kepedulian dan karakter pekerja keras yang muncul di dalam diri masyarakat. Hal ini masih melekat erat pada warga sekitar bahkan ketika nilai - nilai sosial di masyarakat lain kian bergeser. Selain budaya gotong royong, budaya kumpul dan makan bersama juga masih dijalankan oleh masyarakat Pameungpeuk. Slogan yang mereka gunakan diadopsi dari Kabupaten Garut, yaitu Tata Tengtrem Kerta Raharja dan panutan bagi masyarakat karena makna yang dikandung pun memang mencerminkan kebiasaan dari masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Kearifan Lokal, kebudayaan, keragaman budaya, sunda

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keragaman budaya. Keragaman budaya ini menyangkup banyak hal, mulai dari suku, bahasa, kesenian, dan sebagainya. Masing – masing budaya tentu memiliki ciri yang berbeda dengan yang lainnya. Hal ini tentu saja patut menjadi perhatian di mana kita memiliki kewajiban untuk tetap melestarikan kebudayaan yang telah dibentuk dan dipertahankan oleh para leluhur.

Budaya Sunda merupakan salah satu budaya yang sudah lama tumbuh dan berkembang di Indonesia. Budaya ini berasal dari Provinsi Jawa Barat dan menyebar ke berbagai daerah seiring perkembangan jaman. Budaya Sunda kini memiliki pembagian atau biasa dikenal sebagai sub kultur. Hal ini bukan mengartikan terjadinya perpecahan namun justru menambah keanekaragaman Budaya Sunda khususnya.

Kabupaten Garut merupakan salah satu daerah yang mengembangkan Budaya Sunda. Kebudayaan yang berkembang tentu saja menjadi daya tarik wisatawan yang datang ke daerah tersebut. Terdapat satu kawasan yang obyek wisatanya sering dikunjungi, yaitu Kecamatan Pameungpeuk.

Sebagai kawasan yang terletak di pesisir selatan Jawa Barat, Pameungpeuk memang dikenal memiliki potensi alam yang sangat menakjubkan. Dewasa ini, infrastruktur berupa jalan aspal sudah terbangun di sepanjang jalan yang dilalui untuk mencapai Pameungpeuk.

Pameungpeuk dapat dikatakan merupakan perkampungan yang terbilang sepi. Hal ini menyebabkan minimnya interaksi masyarakat lokal dengan ‘dunia luar’. Maka bukanlah sesuatu yang berlebihan apabila nilai - nilai budaya Pameungpeuk masih sangat terjaga.

Kearifan lokal di daerah tersebut tetap berjalan turun - temurun, salah satunya adalah budaya gotong royong yang sangat kental di masyarakat sekitar. Budaya ini selain didasari oleh rasa kekeluargaan yang tinggi, juga disebabkan oleh adanya kepedulian dan karakter pekerja keras yang muncul di dalam diri masyarakat. Hal ini masih melekat erat pada warga sekitar bahkan ketika nilai - nilai sosial di masyarakat lain kian bergeser. Selain budaya gotong royong, budaya kumpul dan makan bersama juga masih dijalankan oleh masyarakat Pameungpeuk.

Lain halnya bagi anak muda di Pameungpeuk, mereka lebih condong kepada budaya kesenian dan permainan rakyat yang dikembangkan di dalamnya. Maka tak heran di kala senja, selalu ada perkumpulan anak - anak yang sedang asik bermain. Permainan rakyat turun temurun yang masih dimainkan yaitu *gangsing*, *bebedilan* dan *ucing sumput* (petak umpet).

Kini, Pameungpeuk telah menjadi wilayah dengan potensi wisata yang cukup tinggi. Terbukti dengan banyak pantai yang mulai dikenali dan dikunjungi oleh wisatawan. Sehingga mau tidak mau dan siap tidak siap, akan terjadi pertukaran dan pengaruh dari nilai - nilai sosial dari luar. Namun dalam kenyataannya, masyarakat Pameungpeuk—khususnya yang masih tinggal di kampung—tidak sepenuhnya terpengaruh oleh nilai dari luar tersebut. Karena itu dia, prinsip yang telah mengakar dalam diri mereka telah menjadi pondasi sekaligus benteng yang kokoh mempertahankan jati diri mereka sebagai masyarakat sunda.

Dari seluruh penjelasan di atas, kami tertarik untuk mengulas lebih dalam mengenai kearifan lokal yang berkembang di wilayah Kecamatan Pameungpeuk. Kami pun melakukan wawancara untuk membantu menjawab beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan hal tersebut.

Metode Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dipilih dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit untuk diketahui atau dipahami. Selain untuk memahami fenomena yang sulit dipahami, peneliti ingin menggali pengalaman individu dalam mendefinisikan suatu permasalahan dan masyarakat yang menjadi informan bebas mengungkapkan definisinya tersebut.

Penelitian kualitatif mampu melukiskan kejadian atau realitas sosial dari sudut pandang subyek bukan dari sudut pandang peneliti sebagai pengamat. Hal-hal yang diteliti meliputi pemahaman, perasaan dan emosi dari subyek penelitian. Demi mendapatkan pemahaman otentik, pengamatan dan wawancara mendalam dianggap sesuai dengan

tujuan penelitian tersebut.⁶ Penelitian ini menggunakan sifat deskriptif. Sebagai penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, sifat deskriptif ini memang sudah melekat.

A. Hasil dan Pembahasan

Kabupaten Garut terletak di Provinsi Jawa Barat dengan Tarogong Kidul sebagai ibu kotanya. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Sumedang di bagian Utara, Kabupaten Tasikmalaya di bagian Timur, Samudera Hindia di bagian Selatan, serta Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Bandung di bagian Barat⁷.

Kabupaten Garut yang secara geografis berdekatan dengan Kota Bandung, merupakan daerah penyangga dan *hitterland* bagi pengembangan wilayah Bandung Raya. Oleh karena itu, Kabupaten Garut mempunyai kedudukan strategis dalam memasok kebutuhan warga Kota dan Kabupaten Bandung sekaligus pula berperan di dalam mengendalikan keseimbangan lingkungan.

Kearifan Lokal Budaya Sunda di Pameungpeuk

Selain obyek wisata, kearifan lokal daerah ini pun menjadi perhatian yang tidak kalah menarik. Kearifan lokal merupakan bagian dari budaya suatu masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari bahasa masyarakat itu sendiri. Kearifan lokal biasanya diwariskan secara turun temurun dari satu generasi ke generasi melalui cerita dari mulut ke mulut. Kearifan lokal ada di dalam cerita rakyat, peribahasa, lagu, dan permainan rakyat. Kearifan lokal sebagai suatu pengetahuan yang ditemukan oleh masyarakat lokal tertentu melalui kumpulan pengalaman dalam mencoba dan diintegrasikan dengan pemahaman terhadap budaya dan keadaan alam suatu tempat.

Sebagian besar dari kearifan lokal Kecamatan Pameungpeuk ini cukup berhasil, dengan terjaganya kelestariannya secara turun temurun. Dengan berasas *babareungan*, warga mampu mempertahankan kearifan

⁶Mulyana, Deddy. Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001) hal 156.

⁷Jabarprov.go.id, *Kabupaten Garut*, diakses dari <http://www1.jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1045> pada 4 Maret 2017 pukul 08.53 WIB.

lokal sederhana yang ada. Karena dengan adanya kebersamaan yang dibangun, akan mempererat hubungan masyarakat dan lebih mudah dalam melestarikan kearifan lokal secara bersama - sama.

Sebagian besar kearifan lokal tersebut dikomunikasikan secara lisan dan contoh perilaku. Biasanya dilakukan oleh orang tua, sehingga anak-anak meniru dan menjadikannya kebiasaan dalam dirinya. Kemudian begitu terus bergulir seiring berjalannya waktu, kearifan lokal yang awalnya disampaikan secara lisan, kemudian diterapkan dalam kehidupan, akan terus berjalan secara turun temurun. Beberapa kearifan lokal di Pameungpeuk adalah sebagai berikut :

Paparikan

Pantun merupakan salah satu jenis puisi lama yang dikenal dalam berbagai bahasa di Nusantara. Dalam Sunda, pantun dikenal sebagai *paparikan*. Nama dari pencetus pantun tidak pernah ditulis dikarenakan penyebaran pantun dilakukan secara lisan. Semua bentuk pantun terdiri atas dua bagian, yaitu sampiran dan isi. Salah satu pantun yang hingga saat ini masih dilestarikan secara lisan turun temurun di Pameungpeuk adalah:

Anak	: Ma eta tarasi tutung
Ibu	: Keun urang balikkeun
Anak	: Ma si ade pundung
Ibu	: Keun urang kawinkeun

Permainan

Permainan masyarakat Pameungeuk yang sering dimainkan yaitu *ucing sumput*, *bebedilan* yang dibuat dari daun pisan dan bambu, serta *gangsing*. *Ucing sumput* merupakan permainan umum yang biasa disebut petak umpet dalam bahasa Indonesia. Permainan seperti ini membangun kelihaihan dalam berpikir dan berlari, sehingga sering dimainkan oleh anak-anak.

Permainan lain pun sama, *bebedian* dan *gangsing* sangat membangun kebahagiaan anak dengan persaingan yang sehat, sehingga cukup mengakrabkan anak-anak. Permainan tersebut diturunkan dan diajarkan oleh para orang tua sebagai sebagian dari permainan tradisional anak-anak. Karena warga Pameungpeuk sangat menjunjung tinggi gotong royong dan kebersamaan, hal tersebut mulai diajarkan kepada anak-anak mereka melalui permainan tersebut, yaitu bagaimana membangun hubungan dan kerjasama antar sesama, sehingga menciptakan kekeluargaan yang menjadi jati diri warga Pameungpeuk. Biasanya permainan ini dilakukan di waktu sore hari.

Rebo Nyunda

Rebo Nyunda atau Rabu Sunda adalah salah satu kegiatan mingguan yang digagas oleh Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung, Jawa Barat. Tujuannya adalah untuk melestarikan budaya Sunda sebagai salah satu budaya lokal yang berkembang di Jawa Barat.

Bentuk kegiatannya berupa kewajiban bagi seluruh warga Kota Bandung, khususnya Pegawai Negeri Sipil (PNS), untuk memakai pakaian daerah khas Sunda seperti kebaya dan kain batik sebagai bawahan untuk perempuan, dan mengenakan iket kepala baik bagi laki-laki. Juga dihimbau untuk menggunakan Bahasa Sunda dalam berkomunikasi dengan orang lain.

Latar belakang program ini adalah karena adanya kekhawatiran dari segelintir masyarakat akan lunturnya kebudayaan Sunda di Jawa Barat, khususnya di Kota Bandung. Kegiatan ini merupakan implementasi dari Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2012 pasal 10 ayat 1b.

Daerah-daerah lain di kawasan Jawa Barat yang ikut menerapkan program tersebut, salah satunya adalah Kabupaten Garut. “Anak sekolahan di Pameungpeuk juga memakai baju kebaya, pangsi dan iket kepala di hari Rabu”, kata ibu Siti Masitoh. Hal tersebut menandakan bahwa salah satu kearifan lokal tanah Sunda, ikut dilestarikan di Pameungpeun ini. Bahkan, kebijakan Bupati Garut ini disambut oleh Rudi (43), seorang pengrajin iket kepala dan bendo khas Sunda asal Kampung Salamnunggal, Kecamatan Leles, Kabupaten Garut. Ia merasa kebanjiran pesanan seperti iket model Barangbang Semplak, Julang

Ngapak, Mahkota Wangsa, Candra Sumirat, Koncer, Semplak, Nyangsang, Parengkos Jengkol, Parengkos Gedang, Parengkos Nangka, Kebo Modol, dan Buaya Nagangsar dari bahan batik Garutan. Sebagian besar pemesan iket tersebut adalah PNS.

Debus



Gambar 4. Kegiatan Debus di Pameungpeuk
Sumber : www.google.co.id

Debus merupakan salah satu jenis kesenian tradisional rakyat Jawa Barat yang terdapat di daerah Kecamatan Pamempeuk Kabupaten Garut. Munculnya mulai pada abad ke-13 oleh seorang tokoh penyebar agama Islam.

Pada saat itu, daerah tersebut masih asing dan belum mengenal akan ajaran Islam secara meluas. Tokoh penyebar agama Islam disebut Mama Ajengan. Mama ajengan berpikir dalam hatinya bagai manakah caranya untuk dapat menyebar luaskan atau mempopulerkan ajran agama Islam karena pada waktu itu sangat sulit sekali karena banyak kepercayaan-kepercayaan dan agama lain yang dianut oleh masyarakat setempat. Sedangkan ajaran agama Islam pada waktu itu masih belum dipahami dan di mengerti maknanya.

Pada tengah malam bulan purnama, Mama Ajengan mengumpulkan para santrinya untuk bersama-sama menciptakan dan belajar menabuh seperangkat alat-alat yang terbuat dari pohon pinang dan kulit kambing sehingga dapat mengeluarkan bunyi dengan irama yang sangat unik. Kemudian kesenian tersebut dinamakan “Debus”. Dengan cara menyajikan kesenian ini, diharapkan dapat menarik masa yang banyak.

Untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan dalam menjalankan tugas menyebarluaskan ajaran agamanya, maka di samping belajar kelihaihan menabuh alat-alat tersebut diajarkan pula ilmu-ilmu kebatinan baik rohani maupun jasmani. Diantaranya adalah ilmu kekebalan atau kekuatan dalam dirinya masing-masing dengan maksud menjaga apabila terjadi di kemudian hari sewaktu mereka mempopulerkan ajaran agamanya.

Dalam rangka mempertunjukan kesenian Debus tersebut Mama Ajengan dan para santrinya yang telah mahir dan dibekali oleh ilmu-ilmunya, keluar kampung hingga ke berbagai kota mengumpulkan tokoh - tokoh masyarakat Umara tua muda, baik laki- laki maupun perempuan sambil memasukkan pengaruh ajaran agamanya lewat kesenian yang dipertunjukannya itu dengan membawakan lagu-lagu solawatan yang mengambil dari kitab suci Al-Qur'an yang isinya mengajak masyarakat banyak untuk dapat memahami dan melaksanakan ajaran agama Islam. Demikianlah yang dilakukan setiap hari, setiap minggu dan setiap bulan oleh Mama Ajengan dengan para santrinya dalam rangka mempopulerkan ajaran agama Islam lewat kesenian Debus sehingga berhasil meningkatkan para pengikutnya hampir diseluruh daerah dengan didirikannya pesantren-pesantren, masjid atau surau untuk menampung pengikutnya.

Sampai sekarang secara turun temurun kesenian Debus masih dipergunakan sebagai media untuk menghibur para tamu yang datang ke daerah Garut disamping itu sering disajikan pada acara hajatan (kenduri) seperti hajatan Chitana, hajatan perkawinan atau upacara hari besar umat Islam. Uniknya, sampai sekarang masih diperingati tiap terang bulan purnama tanggal 14 oleh keturunan Mama Ajengan.

Kedaaan Kearifan Lokal Budaya Sunda di Pameungpeuk

Masyarakat Pameungpeuk di Garut ini memiliki kearifan lokal yang sangat beragam. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa kearifan lokal yang dimiliki masyarakat Pameungpeuk diantaranya:

- a. Gotong Royong
- b. Buka Puasa Bersama
- c. Kesenian Daerah : Wayang Golek, Calung, Reog

- d. Pantun (*Paparikan*) dan Peribahasa Sunda
- e. Permainan Rakyat
- f. Debus

Semua kearifan lokal tersebut telah dimiliki oleh masyarakat Pameungpeuk sejak jaman dahulu. Hal tersebut merupakan warisan turun temurun dari nenek moyang mereka yang sampai sejak kini masih dipertahankan oleh anak-cucu mereka, meskipun terdapat beberapa perubahan dan penyesuaian dengan jaman.

Kita dapat melihat kearifan lokal tersebut sebagai alat pemersatu bagi warga Pameungpeuk dari beberapa kegiatannya yang mengutamakan kebersamaan dan asas kekeluargaan. Pertama, kegiatan gotong royong yang dimiliki masyarakat Pameungpeuk dan juga telah dikenal sebagai tradisi dari masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Gotong royong merupakan kegiatan di mana setiap individu ikut terlibat dan ikut bekerja. Kegiatan gotong royong masyarakat Pameungpeuk biasanya tercermin dalam kegiatan pembangunan masjid atau rumah warga. Apabila ada salah satu warga Pameungpeuk yang membangun rumah, maka warga lainnya pasti datang untuk ikut membantu dalam proses pembangunan. Kegiatan ini menimbulkan rasa saling peduli dan saling memiliki.

Kedua, kegiatan buka puasa bersama yang dilakukan di akhir bulan Ramadhan. Kegiatan ini merupakan salah satu momen yang dapat mempersatukan masyarakat. Dasar - dasar kebersamaan dan persatuan sangat terasa pada kegiatan buka puasa bersama. Pada momen buka puasa bersama ini, biasanya perempuan-perempuan di Pameungpeuk memasak banyak makanan yang kemudian dibawa ke acara buka puasa tersebut. Kemudian masyarakat Pameungpeuk akan berkumpul dan membawa makanannya masing-masing, dengan begitu mereka dapat saling berbagi satu sama lain yang dapat mempererat tali silaturahmi masyarakat.

Ketiga, pementasan kesenian (wayang golek, calung, dan reog). Dari jaman dahulu, pementasan kesenian daerah selalu dapat menarik perhatian masyarakat Pameungpeuk. Kearifan lokal ini dapat mempersatukan masyarakat karena ketika terdapat pementasan kesenian di desa, setiap orang akan berbondong-bondong untuk menyaksikannya.

Dengan begitu setiap orang dapat bertemu dan saling mengenal satu sama lain. Selera dan kesukaan mereka terhadap kesenian inilah yang membuat mereka memiliki kesamaan dan timbulnya rasa dekat antar individu yang tinggal di sana.

Keempat, permainan khas yang masih digandrungi oleh anak-anak di daerah Pameungpeuk. Permainan daerah yang sering dimainkan ini mengakrabkan hubungan antar individu terutama anak-anak. Biasanya anak-anak di Pameungpeuk saling mengunjungi rumah teman-temannya satu-persatu untuk mengajaknya bermain bersama.

Terakhir yaitu pantun (*paparikan*) dan peribahasa Sunda yang sampai saat ini masih diturunkan oleh masyarakat Pameungpeuk kepada anak-cucunya. Peribahasa dan pantun sunda merupakan sumber dari kearifan lokal. Peribahasa Sunda banyak menyimpan nilai - nilai kearifan lokal. Kearifan lokal tersebut terutama berkaitan dengan (1) hubungan manusia dengan Tuhan, (2) hubungan manusia dengan manusia, (3) gotong royong dan kerukunan, (4) musyawarah dan keadilan, (5) keuletan, (6) pendidikan, (7) rezeki dan keberuntungan, (8) kelas sosial, dan (9) politik. (Riyanto & Wagiaty, 2016)⁸

Peribahasa dan pantun Sunda ini biasanya mereka gunakan sebagai penegas ungkapan yang juga memiliki banyak artian dan makna yang terkandung di dalamnya. Tetapi tidak jarang pantun atau peribahasa yang digunakan hanya untuk bersenda gurau semata untuk mengakrabkan hubungan.

Kearifan lokal yang ada ini merupakan pemersatu yang sangat signifikan bagi masyarakat Pameungpeuk. Dengan adanya kearifan lokal ini tali silaturahmi yang terjalin diantara masyarakat semakin erat dan hubungan persaudaraan antar individu pun makin terasa. Masyarakat Pameungpeuk selalu merasa bahwa mereka yang tinggal disana merupakan saudara, bahkan sebutan-sebutan yang digunakan kepada tetangga pun yang merupakan orang lain biasanya menggunakan panggilan “Bibi, Mamang, atau Ua”.

⁸ Riyanto, S., & Wagiaty. (2016, Oktober 5). *Unpad Repository*. diakses dari repository.unpad.ac.id: <http://repository.unpad.ac.id/id/eprint/21851> pada 4 Maret 2017 pukul 13.27 WIB.

Dengan adanya kearifan lokal tersebut, masyarakat Pameungpeuk menjadi lebih peduli akan tali silaturahmi diantara individu dan lebih mementingkan kebersamaan antar warga. Hal tersebutlah yang diajarkan oleh leluhur mereka melalui kearifan lokal yang mereka miliki. Sehingga mereka berpikir untuk terus menjaga tradisi yang telah ada tersebut agar kebersamaan dan persatuan masyarakat tetap terjaga, apalagi mereka berpikir bahwa apa yang diajarkan leluhur tersebut tidak melenceng dari syariat Islam yang mereka anut.

Kesimpulan

Kebudayaan Sunda merupakan salah satu dari sekian keberagaman budaya yang harus dilestarikan dan dipertahankan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Tentu saja hal ini tidak pernah lepas dari adanya kearifan lokal yang selalu dipertahankan dalam suatu kelompok masyarakat.

Kabupaten Garut merupakan salah satu daerah yang mengembangkan Budaya Sunda. Wilayahnya terbagi dalam beberapa kecamatan, salah satunya Kecamatan Pameungpeuk. Sebagai kawasan yang terletak di pesisir selatan Jawa Barat, Pameungpeuk memang dikenal memiliki potensi alam yang sangat menakjubkan. Namun, daerah ini masih dikategorikan terbilang sepi dan menyebabkan nilai - nilai budaya yang masih sangat terjaga.

Kearifan lokal di daerah tersebut tetap berjalan turun - temurun, diantaranya budaya gotong royong, kumpul dan makan bersama, permainan yang masih dikembangkan, pertunjukan wayang, calung, dan sebagainya, hingga debus.

Keberagaman budaya yang senantiasa berkembang dari waktu ke waktu nampaknya tidak mengikis kearifan lokal Kecamatan Pameungpeuk sedikit pun. Titik berat kekuatan mereka berpegang teguh pada asas kekeluargaan. Sehingga hal tersebut menjadi tameng bagi mereka terhadap serangan berbagai pengaruh luar yang seringkali mencampuri bahkan menghapus kearifan lokal yang ada. Seperti kondisi pada beberapa daerah seperti perkotaan.

Nampaknya pelestarian kearifan lokal tersebut tidak memandang batasan umur. Karena kearifan lokal yang masih berlaku hingga saat ini mencakup berbagai kategori umur. Bagaimanapun juga seluruh kearifan

lokal yang ada sangat diterapkan dengan suka hati demi kelestariannya di masa mendatang.

Sebagai generasi muda, ada baiknya kita mencontoh daerah Kecamatan Pameungpeuk dalam hal kesadaran untuk melestarikan kearifan lokal yang ada. Sehingga keaslian budaya yang ada tetap terjaga dari nenek moyang hingga kini, bahkan hingga masa mendatang. Tidak ada salahnya kita memainkan berbagai mainan anak - anak tersebut. Sebab hal tersebut menjadi salah satu wujud kepedulian kita terhadap kearifan lokal di tanah Sunda, khususnya Kecamatan Pameungpeuk.

Selain itu perlu diiringi pula oleh beragam ilmu pengetahuan tentang kebudayaan maupun kearifan lokal yang ada, sehingga siapapun dapat menerapkannya dalam pemahaman yang baik. Bagaimanapun juga kita harus pandai dalam melestarikan kearifan lokal suatu daerah, karena salah - salah dapat mengubah kearifan lokal yang ada.

Daftar Rujukan

- Andreas, Soeroso.M. S, *Sosiologi 1 kelas x*. 2010. Yudhistira Ghalia Indonesia.
- Ardianto, Elvinaro., Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2009. *KOMUNIKASI MASSA Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Adler,Roland. 2006. *Understanding Human Communication*. New York: Oxford University
- Anwar, Yesmil dan Adang. 2008. *Pengantar Sosiologi Hukum*.Bandung : PT Grasindo.
- Burgoon, Michael. 1993. *Human Comunication, A Revision of Approaching Speech/Communication*. New York: SAGE Publications.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi 2011. Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- _____, 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Boyd Barret, Oliver and Newbold, Christ. 1995. *Approach to Media Reader*. California : Arnold.

Coser & Rosenberg, 1976 . *A Book of Readings*. New York:Mac Millan.

Devito, Joseph. A. 2009. *The Interpersonal Communication Book*,12th Edition. Boston : Pearson Education,Inc. Chapter 1 : Foundations of Interpersonal Communication.

Eriyanto. 2003. *Analisis Wacana – Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta : LKIS.

Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. London : Edward Arnold.

Fisher, B. Aubrey. 1986. *Teori-Teori Komunikasi*. Diterjemahkan oleh : Jalaluddin Rakhmat.

Bandung : CV Remadja Karya.

Griffin. 2000. *A First Look at Communication Theory*.

Kearifan Lokal Budaya Sunda dalam Membangun Etika Komunikasi di Media Massa

(Studi tentang filosofi budaya sunda ‘Ulah Ngaliarkeun Taleus Ateul’ sebagai kearifan local masyarakat sunda dalam perspektif membangun etika komunikasi di media massa)

Oleh:

Dr. Yustikasari, S.Sos.,M.I.Kom

Prodi Humas Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Jl.Raya Bandung
Sumedang KM 21 Jatinangor

Email : yustikasari39@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini berjudul Kearifan Lokal Budaya Sunda dalam membangun Etika Komunikasi di Media Massa (Studi tentang filosofi budaya sunda ‘Ulah Ngaliarkeun Taleus Ateul’ sebagai kearifan local masyarakat sunda dalam perspektif membangun etika komunikasi di media massa). Latar belakang penulisan ini beranjak dari fenomena saat ini masih banyak yang menggunakan referensi dari ilmuwan barat dalam mengembangkan teori dibanding menggunakan kajian dari konsep kearifan local yang dimiliki sebagai sumber dari budaya timur .Falsafah hidup yang dimiliki masyarakat suku sunda salah satunya yaitu ‘Ulah ngaliarkeun taleus ateul’, falsafah ini bermakna bahwa dalam menyampaikan/menyebarkan informasi/isu harus berpegang pada etika. Tulisan ini bertujuan untuk menggali dan mengungkapkan makna yang terkandung dalam falsafah yang dimiliki oleh masyarakat sunda tersebut, makna dari falsafah ini memiliki kaitan tentang cara berkomunikasi yang baik di media massa. Falsafah ini sebenarnya dapat menjadi budaya hidup dan menjadi panduan untuk di implemantasikan bagi masyarakat umum dalam perspektif membangun etika komunikasi di media massa. Kesimpulan tulisan ini mengandung makna bahwa pelaku komunikasi harus berhati-hati dan mengetahui etika dalam berkomunikasi di media massa, diantaranya tidak melakukan penyebaran berita bohong, selalu berkata baik, tidak mudah tersulut, mengeluarkan kata-kata kasar di media massa, tidak mudah menghujat pihak lain. Ini karena media massa adalah saluran komunikasi yang memiliki daya jangkau yang luas.

Apabila banyak keburukan yang ditampilkan di media massa tanpa mengindahkan etika, norma dan sopan santun, hal tersebut dapat berdampak buruk pada masyarakat.

Kata Kunci: Kearifan local, budaya sunda, etika komunikasi

Pendahuluan

Membangun etika komunikasi di media massa harus dilakukan oleh siapapun yang mejadi pelaku komunikasi. Keberadaan etika sendiri selalu dikaitkan dengan moral. Kata Moral sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *Mores*. *Mores* berasal dari *mos* yang berarti kesusilaan, tabiat atau kelakuan. Dari pengertian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa moralitas berarti hal yang berhubungan dengan kesusilaan yaitu baik-buruknya perbuatan manusia. Kaitannya dengan etika komunikasi di media massa artinya adalah para pelaku komunikasi, khususnya pelaku komunikasi yang menggunakan media massa sudah seharusnya memperhatikan segala hal yang berkaitan dengan masalah moralitas dan kesusilaan tersebut.

Berkenaan dengan cara membangun etika komunikasi di media massa, masyarakat suku Sunda ternyata memiliki falsafah hidup yang merupakan salah satu warisan kearifan local yaitu falsafah ‘ *Ulah Ngaliarkeun Taleus Ateul*’. Falsafah hidup yang menjadi kearifan local dari suku Sunda ini ternyata memiliki makna yang mendalam dan sangat berkenaan dengan bagaimana seharusnya berperilaku secara benar dan tepat di media massa.

Membangun perilaku yang benar khususnya di media massa sudah seharusnya dilakukan, karena media massa memiliki karakteristik sebagai media yang memiliki jangkauan khalayak sasaran yang luas, memiliki khalayak sasaran dengan jumlah yang besar., sehingga bila pesan yang di sampaikan dalam media massa di nilai tidak mengindahkan masalah etika, moral serta kesusilaan maka hal ini sangat membahayakan khususnya bagi generasi muda seperti usia anak-anak dan remaja, karena di usia ini mereka belum dapat membedakan hal yang baik dan buruk.

Untuk itulah sudah seharusnya di sadari oleh para pelaku komunikasi di media massa untuk selalu memperhatikan setiap pesan

yang di sampaikan dan berperilaku dengan baik saat menggunakan media massa sebagai saluran penyampai pesan.

Tinjauan Pustaka

Etika Komunikasi Massa

Istilah etika berasal dari kata latin: *Ethic*, Sedangkan dalam bahasa Gerik: *Ethikos*, dari kedua kata tersebut memiliki pengertian yaitu: kebiasaan, habit atau *Costum*. Menurut Nurudin, (2007) bahwa etika bisa diartikan sebagai sebuah ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, yang mana dapat dinilai baik, mana yang dinilai buruk.

Dewasa ini, sebenarnya yang dimaksud dengan etika bukanlah sekedar etika yang berhubungan dengan perilaku setiap individu secara psikologinya, namun yang dimaksudkan dengan etika adalah yang berhubungan dengan dunia pers dalam konteks komunikasi massa. Oleh karena itu, saya mengutip beberapa ahli yang berpandangan diantaranya Sobur (2011) yang menyebutkan bahwa etika komunikasi massa (pers) adalah filsafat moral, yaitu yang berkenaan dengan dengan kewajiban-kewajiban pers dan tentang penilaian pers yang baik dan pers yang buruk atau pers yang benar dan pers yang salah.

Demikian pula yang di sampaikan Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si (Alm) dan Dr. Lukiati Komala Erdinaya, M.Si (2004) yang dengan sepakat menyatakan bahwa etika pers adalah ilmu tentang peraturan-peraturan yang mengatur tingkah laku pers atau apa yang harus dilakukan oleh orang-orang yang terlibat didalam kegiatan pers tersebut. Dalam dunia penyiaran, kode etika adalah sekumpulan aturan atau patokan yang harus dihormati oleh pelaku profesi dibidang penyiaran.

Nurudin selanjutnya menjelaskan poin-poin penting yang berkaitan dengan etika komunikasi massa menurut Shoemaker dan Rees (1991), yakni (1) tanggung jawab; (2) kebebasan pers; (3) masalah etis; (4) ketepatan dan objektivitas; dan (5) tindakan adil untuk semua orang.

Tanggung Jawab

Tanggung jawab mempunyai dampak positif. Dengan adanya tanggung jawab, media akan berhati-hati dalam menyiarkan atau

menyebarkan informasinya. Seorang jurnalis atau wartawan harus memiliki tanggung jawab dalam pemberitaan atau apa pun yang ia siarkan; apa yang diberitakan/disiarkan harus dapat dipertanggungjawabkan, baik kepada Tuhan, masyarakat, profesi, atau dirinya masing-masing. Jika apa yang diberitakan menimbulkan konsekuensi yang merugikan, pihak media massa harus bertanggung jawab dan bukan menghindarinya. Jika dampak itu sudah merugikan secara perdata maupun pidana, media massa harus bersedia bertanggung jawab seandainya pihak yang dirugikan tersebut protes ke pengadilan.

Kebebasan Pers

Kebebasan yang bukan berarti bebas sebebaskan-bebasnya, tetapi kebebasan yang bertanggung jawab. Dengan kebebasanlah berbagai informasi bisa tersampaikan ke masyarakat. Jakob Oetama (2001) dalam *Pers Indonesia Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus* mengemukakan bahwa “pers yang bebas dinilainya tetap bisa lebih memberikan kontribusi yang konstruktif melawan *error and oppression* (kekeliruan dan penindasan), sehingga akal sehat dan kemanusiaanlah yang berjaya”. Robert A. Dahl mengatakan bahwa kebebasan pers menjadi penting sebagai *the availability of alternative and independent source of information*.

Masalah Etis

Jurnalis itu harus bebas dari kepentingan. Ia mengabdikan kepada kepentingan umum. Walau pada kenyataannya bahwa pers tidak akan pernah lepas dari kepentingan-kepentingan, yang diutamakan adalah menemukannya, sebab tidak ada ukuran pasti seberapa jauh kepentingan itu tidak boleh terlibat dalam pers. Ada beberapa ukuran normatif yang dijadikan pegangan oleh pers:

- a. Seorang jurnalis sebisa mungkin harus menolak hadiah, alias “amplop, menghindari menjadi “wartawan bodrek”.
- b. Seorang jurnalis perlu menghindari keterlibatan dirinya dalam politik, atau melayani organisasi masyarakat tertentu, demi menghindari conflict of interest.
- c. Tidak menyiarkan sumber individu jika tidak mempunyai nilai berita (news value).

- d. Wartawan atau jurnalis harus mencari berita yang memang benar-benar melayani kepentingan public, bukan untuk kepentingan individu atau kelompok tertentu.
- e. Seorang jurnalis atau wartawan harus melaksanakan kode etik kewartawanan untuk melindungi rahasia sumber berita. Tugas wartawan adalah menyiarkan berita yang benar-benar terjadi.
- f. Seorang wartawan atau jurnalis harus menghindari praktek palgiarisme.

Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar
- b. Wartawan Indonesia menempuh tata cara yang etis untuk memperoleh dan menyiarkan informasi serta memberikan identitas kepada sumber berita.
- c. Wartawan Indonesia menghormati asas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dan opini, berimbang, dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.
- d. Wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah sadis, dan cabul, serta tidak menyebutkan identitas korban kejahatan susila.
- e. Wartawan Indonesia tidak menerima suap dan tidak menyalahgunakan profesi.
- f. Wartawan Indonesia memiliki Hak Tolak, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan off the record sesuai kesepakatan.
- g. Wartawan Indonesia segera mencabut dan meralat kekeliruan dalam pemberitaan serta melahani hak jawab.

Ketepatan dan Objektivitas

Ketepatan dan objektivitas di sini berarti dalam menulis berita wartawan harus akurat, cermat, dan diusahakan tidak ada kesalahan. Objektivitas yang dimaksud adalah pemberitaan yang didasarkan fakta-

fakta di lapangan, bukan opini wartawannya. Oleh sebab itu harus ada beberapa hal yang harus diperhatikan:

- a. Kebenaran adalah tujuan utama; orientasi berita yang berdasarkan kebenaran harus menjadi pegangan pokok setiap wartawan.
- b. Objektivitas dalam pelaporan beritanya merupakan tujuan lain untuk melayani publik sebagai bukti pengalaman profesional di dunia kewartawanan. Objektif itu berarti tidak berat sebelah; harus menerapkan prinsip *cover both sides*.
- c. Tiada maaf bagi wartawan yang melakukan ketidakakuratan dan kesemburuan dalam penulisan atau peliputan beritanya. Dalam hal ini, wartawan dituntut untuk cermat di dalam proses peliputannya.
- d. *Headline* yang dimunculkan harus benar-benar sesuai dengan isi yang diberitakan.
- e. Penyiar radio atau reporter televisi harus bisa membedakan dan menekankan dalam ucapannya mana laporan berita dan mana opini dirinya. Laporan berita harus bebas dari opini atau bias dan merepresentasikan semua sisi peristiwa yang dilaporkan.
- f. Editorial yang partisipatif dianggap melanggar profesionalisme atau semangat kewartawanan. Editorial atau tajuk rencana yang dibuat, meskipun subjektif sifatnya (karena merepresentasikan kepentingan media yang bersangkutan) harus ditekan untuk “membela” satu golongan dan memojokkan golongan lain. Praktik jurnalisme ini sangat sulit dilakukan oleh media cetak yang awal berdirinya sudah partisipatif, tetapi ketika dia sudah mengklaim media umum, tidak ada alasan untuk membela golongannya.
- g. Artikel khusus atau semua bentuk penyajian yang isinya berupa pembelaan atau kesimpulan sendiri penulisnya harus menyebutkan nama dan identitas dirinya.

Tindakan Adil untuk Semua Orang

- a. Media harus melawan campur tangan individu dalam medianya. Artinya, pihak media harus berani melawan keistimewaan yang diinginkan seorang individu dalam medianya.

- b. Media tidak boleh menjadi “kaki tangan” pihak tertentu yang akan memengaruhi proses pemberitaannya.
- c. Media berita mempunyai kewajiban membuat koreksi lengkap dan tepat jika terjadi ketidaksengajaan kesalahan yang dibuat (fair play).
- d. Wartawan bertanggung jawab atas lapprang beritanya kepada public dan public sendiri harus berani menyampaikan keberatannya pada media.
- e. Media tidak perlu melakukan tuduhan yang bertubi-tubi pada seseorang atas suatu kesalahan tanpa member kesempatan tertuduh untuk melakukan pembelaan dan tanggapan. Media dilarang melakukan *trial bu the press* (media massa sudah mengadili seseorang sebelum pengadilan memutuskan ia bersalah atau tidak).

Hal yang dipaparkan diatas merupakan etika komunikasi di Media Massa secara teori yang harus menjadi acuan dan pedoman bagi pelaku komunikasi khususnya di media massa. Acuan dan pedoman ini selayaknya juga di fahami dan di implementasikan dengan baik.

Kearifan Lokal

Kearifan lokal dalam bahasa asing sering dikonsepsikan sebagai kebijakan setempat (*local wisdom*), pengetahuan setempat (*local knowledge*) atau kecerdasan setempat (*local genius*). Kearifan lokal juga dapat dimaknai sebuah pemikiran tentang hidup. Pemikiran tersebut dilandasi nalar jernih, budi yang baik, dan memuat hal-hal positif. Kearifan lokal dapat diterjemahkan sebagai karya akal budi, perasaan mendalam, tabiat, bentuk perangai, dan anjuran untuk kemuliaan manusia. Penguasaan atas kearifan lokal akan mengusung jiwa mereka semakin berbudi luhur.

Haryati Soebadio berpendapat bahwa kearifan lokal adalah suatu identitas/kepribadian budaya bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri. Sementara itu menurut Rahyono (2009:7) kearifan lokal merupakan kecerdasan manusia yang dimiliki oleh kelompok etnis tertentu yang diperoleh melalui pengalaman masyarakat. Artinya, kearifan lokal adalah hasil dari masyarakat tertentu melalui pengalaman mereka dan belum tentu dialami oleh masyarakat yang lain. Nilai-nilai tersebut akan melekat sangat kuat pada masyarakat tertentu dan nilai itu

sudah melalui perjalanan waktu yang panjang, sepanjang keberadaan masyarakat tersebut.

Definisi kearifan lokal tersebut, paling tidak menyiratkan beberapa konsep, yaitu:

- a. Kearifan lokal adalah sebuah pengalaman panjang, yang diendapkan sebagai petunjuk perilaku seseorang;
- b. Kearifan lokal tidak lepas dari lingkungan pemiliknya;
- c. Kearifan lokal itu bersifat dinamis, lentur, terbuka, dan senantiasa menyesuaikan dengan zamannya.

Kearifan lokal adalah bagian dari budaya. Kearifan lokal Jawa tentu bagian dari budaya Jawa, yang memiliki pandangan hidup tertentu demikian pula kearifan local yang dimiliki oleh daerah lain. Berbagai hal tentang hidup manusia, akan memancarkan ratusan dan bahkan ribuan kearifan lokal.

Kearifan Lokal Masyarakat Sunda

Masyarakat Sunda

Sunda merupakan kebudayaan masyarakat yang tinggal di wilayah barat pulau Jawa namun dengan berjalannya waktu telah tersebar ke berbagai penjuru dunia. Sebagai suatu suku, bangsa Sunda merupakan cikal bakal berdirinya peradaban di Nusantara, di mulai dengan berdirinya kerajaan tertua di Indonesia, yakni Kerajaan Salakanagara dan Tarumanegara. Bahkan menurut Stephen Openheimer dalam bukunya berjudul *Sundaland, Tatar Sunda/ Paparan Sunda (Sundaland)* merupakan pusat peradaban di dunia. Sejak dari awal hingga kini, budaya Sunda terbentuk sebagai satu budaya luhur di Indonesia. Makna kata Sunda sangat luhur, yakni cahaya, cemerlang, putih, atau bersih.

Makna kata Sunda itu tidak hanya ditampilkan dalam penampilan, tapi juga didalami dalam hati. Karena itu, orang Sunda yang 'nyunda' perlu memiliki hati yang luhur pula. Itulah yang perlu dipahami bila mencintai, sekaligus bangga terhadap budaya Sunda yang dimilikinya.

Kearifan Lokal Sebagai Etika dalam Tatanan Masyarakat Adat Sunda

Etika yang kita pahami secara umum adalah seperangkat aturan tak tertulis yang disepakati bersama yang bertujuan agar manusia melakukan hal-hal atau perbuatan yang dianggap baik, terkadang masyarakat menyamakannya dengan norma.

Di dalam budaya Sunda ada tradisi yang menyangkut lingkaran kehidupan, misalnya terdapat kebiasaan ketika seorang istri sedang mengandung ada perilaku yang harus dijaga, selalu memperhatikan hal-hal yang indah, bertingkah laku baik menurut norma tertentu, dan lain-lain. Ada larangan-larangan yang tidak boleh dilanggar. Ada pula adat istiadat yang berhubungan dengan daur hidup, yaitu kelahiran, pernikahan, sunatan, dan kematian.

Masyarakat Sunda juga memiliki pandangan hidup. Orang Sunda memandang penting sebagai pribadi yang digambarkan oleh tingkah laku dan bahasanya. Contohnya, “*kudu hade gogog, hade tagog*” (harus baik budi bahasa dan tingkah laku); “*nyaur kudu diukur, nyabda kudu diungang*” (selalu mengendalikan diri dalam berkata); “*sacangren pageuh, sagolek pangkek*” (teguh pendirian tidak boleh melanggar janji); “*ulah lah ka purwadaksina*” (ingatlah pada asal, tetaplh sederhana jangan angkuh).

Dalam lingkungan social beberapa falsafah yang dimiliki masyarakat Sunda, misalnya ungkapan ini dipakai sebagai falsafah orang Sunda. “*kudu silih asih, silih asah, jeung silih asuh*” (harus saling mengasihi, mengasah, dan saling mengasuh di antara sesama); “*ulah ngaliarkeun taleus ateul*” (jangan menyebarkan hal yang menimbulkan keburukan).

Apabila kita amati dari berbagai wilayah Jawa Barat terbagi dalam lima wilayah budaya, yaitu wilayah budaya Banten, wilayah budaya Priangan, wilayah budaya Cirebon, wilayah budaya kaleran, dan wilayah budaya pakidulan.

Pembahasan

‘*Ulah ngaliarkeun taleus ateul*’ merupakan kearifan local yang dimiliki Masyarakat Sunda yang memiliki makna yaitu Jangan

menyebarkan perkara yang dapat menimbulkan keburukan atau keresahan.

Falsafah ini dikaitkan dengan etika komunikasi di media massa sangatlah relevan. Isu-isu yang berkaitan dengan media massa kerap menjadi bahan perbincangan di masyarakat. Hal ini terjadi karena peranan media massa dalam mempengaruhi kehidupan sehari-hari memang besar dan tidak dapat disangkal. Media massa seharusnya berperan membantu usaha dalam membangunkan dan memajukan negara. Di samping kesan baik, media massa juga sebaiknya mapu menghindari dari kesan negative yang dapat berimbas kepada masyarakat dan negara.

Kesan negatif atau keburukan media massa diantaranya ialah penyebaran berita palsu dalam internet. Penyebaran berita palsu ini amat berbahaya apalagi terutama bila sudah melibatkan isu keselamatan negara.

Media massa yang dapat mempengaruhi kaum muda menjadi lalai dan membuang banyak waktu karena sudah sangat kecanduan dengan yang ditampilkan di media massa. Terdapat beberapa program acara di televisi yang bercorak hiburan seperti sinetron dan menjadi kesukaan kaum remaja. Program-program seperti ini sebenarnya kurang memberikan manfaat apalagi cerita yang ditampilkan dalam tayangan tersebut juga cenderung tidak mendidik dan tidak sesuai dengan budaya masyarakat Indonesia. Terdapat juga program drama yang tidak realistik tetapi tetap diminati oleh kaum remaja karena cerita yang ditampilkan mengisahkan cerita percintaan remaja. Oleh itu, pihak pengelola media massa sudah sepatutnya tidak hanya memikirkan keuntungan semata-mata dalam menyiarkan sesuatu program di televisi tanpa memikirkan dampak negative terhadap kaum muda.

Di samping itu, media massa juga dapat memberikan dampak negatif kepada penonton. Biasanya golongan yang mudah terpengaruh dengan tayangan program di media massa ialah kaum remaja. Media massa yang sering mempengaruhi kaum muda ialah televisyen dan internet. Kaum muda ini adalah termasuk pelaku dan pengguna komunikasi khususnya di media massa yang masih harus mendapatkan pengawasan saat mereka menggunakan media massa tersebut.

Falsafah Kearifan local sunda yaitu *Ulah Ngaliarkeun Taleus Ateul* sesungguhnya memiliki makna yang sangat mendalam khususnya pada pelaku dan pengguna komunikasi saat menyampaikan pesan melalui media massa. Falsafah ini secara tidak langsung memberikan tuntunan dan panduan bagi pelaku komunikasi untuk selalu menampilkan hal baik di media massa. Seperti tidak menyebarkan berita bohong/*hoax*, Tidak menyebarkan isu yang belum tentu benar kebenarannya, tidak boleh menghasut, tidak boleh berkata buruk, tidak boleh memfitnah, tidak boleh menghujat dan sebagainya.

Bila melihat fenomena di masyarakat saat ini orang begitu mudah dan seolah terbiasa melakukan, menampilkan hal buruk di media massa. Padahal hal tersebut berdampak buruk khususnya bagi perkembangan psikologis terutama pada anak-anak dan kaum remaja.

Seperti di ketahui saat ini sedang marak pemberitaan di media mengenai pemilik situs penyebar *hoax*/penyebar berita palsu yang ternyata mereka dapat meraup keuntungan sebesar 500jt/bulan dari perbuatan tidak etis yang telah di lakukannya tersebut. (Sumber : Koran Rakyat Merdeka, 9 April 2017). Padahal sesungguhnya, dari tindakan yang telah dilakukannya itu menimbulkan dampak buruk di masyarakat seperti menimbulkan keresahan, menimbulkan kegaduhan, dapat memancing konflik, menimbulkan perpecahan, dan sebagainya.

Untuk itu sudah seharusnya para pelaku dan pengguna komunikasi di media massa menyadari pentingnya menjaga dan memahami etika, moralitas melalui media massa, karena efeknya dapat berakibat secara luas di masyarakat. Apalagi bila yang dilakukan adalah penyebarluasan mengenai informasi yang buruk, palsu dan berekses negative.

Sudah seharusnya, falsafah kearifan local masyarakat sunda yaitu '*Ulah ngaliarkeun taleus ateul*' dapat di fahami dan diimplementasikan oleh para pelaku dan pengguna komunikasi khususnya di media massa. Melalui falsafah yang di miliki masyarakat suku sunda ini diharapkan akan terbangun dan selalu terjaga etika berkomunikasi yang baik khususnya di media massa.

Kesimpulan

Kesimpulan tulisan ini mengandung makna bahwa pelaku dan pengguna komunikasi khususnya melalui media massa harus berhati-hati dan mengetahui etika dalam berkomunikasi di media massa, dengan mengimplemtasikan falsafah kearifan local masyarakat sunda yaitu ‘*Ulah Ngaliarkeun Taleus Ateul*’ di harapkan tidak melakukan tindakan tidak etis seperti melakukan penyebaran berita bohong, selalu berkata baik, tidak mudah tersulut, mengeluarkan kata-kata kasar di media massa, tidak mudah menghujat pihak lain. Ini karena media massa adalah saluran komunikasi yang memiliki daya jangkau yang luas. Apabila banyak keburukan yang ditampilkan di media massa tanpa mengindahkan etika, norma dan sopan santun, hal tersebut dapat berdampak buruk pada masyarakat khususnya pada anak-anak dan kaum muda.

Daftar Rujukan

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, 2006. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Caturwati, Endang (ed), 2008. *Tradisi sebagai Tumpuan Kreativitas Seni*. Bandung: Sunan Ambu Press
- Garna, Judistira K 2008. *Budaya Sunda: Melintasi Waktu Menantang Masa Depan*, Bandung: Lembaga Penelitian Unpad dan Judistira Garna Foundation.
- Kuntowijoyo, 2006. *Budaya dan Masyarakat*, Cet. Ke-2, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Nuruddin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Radcliffe-Brown, 1965. *Structure and Function in Primitif Society*, New York: The Free-Press.

Rosidi, Ajip 1989/1990. *Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan daerah (Sunda) dalam Kondisi dan Masalah Budaya Sunda Dewasa Ini*. Bandung: Jarahnitra Depdikbud.

Potensi Modal Sosial dalam Perancangan Model CSR di Kabupaten Bandung Barat

Oleh:

Iriana Bakti, Priyo Subekti

irianapr@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Abstrak

Kabupaten Bandung Barat sedang memulai program peningkatan di aspek industri dengan membentuk kawasan industri terpadu. Jumlah industri besar dan sedang terbanyak hanya ada di beberapa kecamatan yaitu Padalarang, Batujajar dan Ngamprah dan sebagian kecil di Lembang. Dalam penciptaan fungsi-fungsi baru di kawasan yang potensial, dimana Kecamatan Ngamprah dan Padalarang akan dikembangkan sebagai Pusat Utama Kabupaten Bandung Barat serta pusat pemerintah di Kecamatan Ngamprah yang akan didukung dengan ketersediaan sarana dan prasarana perkotaan yang memadai, maka untuk mengalihkan pergerakan ke kota ini akan dikembangkan : Kawasan industri terpadu di Kec. Cipeundeuy serta kawasan-kawasan industri yang sudah ada dan belum termanfaatkan yaitu di Kawasan Industri Batujajar Desa Batujajar Timur serta Kawasan Cimareme Desa Cimerang.

Potensi modal sosial di Desa Cipeundeuy Kabupaten Bandung Barat meliputi Karakteristik masyarakat, yang memiliki toleransi tinggi, gotong royong, simpati terhadap sesama, memegang teguh nilai dan norma agama, terdapatnya forum komunikasi bulanan untuk membahas kepentingan publik seperti Forum Peduli Desa Cipeundeuy, Musdus (Musyawarah Dusun), dan Musdes (Musyawarah Desa), dan ditunjang dengan jaringan komunikasi yang melibatkan tokoh sosial, tokoh agama dan tokoh pemerintahan sebagai opinion leader yang mempunyai pengaruh di mata masyarakat sebagai penggerak atau aktor social.

Modal sosial di atas diperkuat dengan adanya kekuatan sosial berupa potensi dari elemen-elemen masyarakat untuk berkolaborasi yang dilandasi kesepahaman, kesepakatan, dan kepercayaan serta kebutuhan bersama dalam melaksanakan program CSR di Desa Cipeundeuy yang harus diapresiasi oleh industri, karena setiap program yang akan

diimplementasikan di suatu wilayah harus berbasis kebutuhan masyarakat sekitar.

Kata kunci: CSR, pemberdayaan masyarakat, modal sosial

Pendahuluan

Kabupaten Bandung Barat sedang memulai program peningkatan di aspek industri dengan membentuk kawasan industri terpadu. Jumlah industri besar dan sedang terbanyak hanya ada di beberapa kecamatan yaitu Padalarang, Batujajar dan Ngamprah dan sebagian kecil di Lembang. Dalam penciptaan fungsi-fungsi baru di kawasan yang potensial, dimana Kecamatan Ngamprah dan Padalarang akan dikembangkan sebagai Pusat Utama Kabupaten Bandung Barat serta pusat pemerintah di Kecamatan Ngamprah yang akan didukung dengan ketersediaan sarana dan prasarana perkotaan yang memadai, maka untuk mengalihkan pergerakan ke kota ini akan dikembangkan : Kawasan industri terpadu di Kec. Cipeundeuy serta kawasan-kawasan industri yang sudah ada dan belum termanfaatkan yaitu di Kawasan Industri Batujajar Desa Batujajar Timur serta Kawasan Cimareme Desa Cimerang (KBB, 2016)

Konsekuensi Kabupaten Bandung Barat yang akan meningkatkan wilayah industri di daerahnya tidak lepas dari dampak yang akan terjadi baik bagi lingkungan alam dan lingkungan sosialnya. Karena ini Pemerintah Kabupaten Bandung Barat harus memikirkan dan membuat master plan yang akan menjembatani antara pihak industri dengan pihak masyarakat dan tentunya dengan memperhatikan lingkungan alam sekitar. Dalam hal ini perusahaan industri perlu memperhatikan stakeholder baik secara langsung maupun tidak langsung yang berhubungan dengan eksistensi perusahaan tersebut.

Secara astronomis, Kabupaten Bandung Barat terletak antara 60373' sampai dengan 7131' Lintang Selatan dan 1070 110' sampai dengan 107 0440'06" Bujur Timur. Kecamatan Cipeundeuy merupakan kecamatan paling utara yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat dan batas-batas wilayahnya: sebelah utara, berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta; sebelah timur, berbatasan dengan Kabupaten Cianjur; sebelah barat, berbatasan dengan Kecamatan Cikalongwetan dan sebelah

selatan, berbatasan dengan Kecamatan Cipatat. (BPS Bandung Barat, 2016).

Kecamatan Cipeundeuy terdiri dari 12 Desa, yaitu: Desa Margaluyu, Desa Nanggaleng, Desa Sirnaraja, Desa Jatimekar, Desa Bojongmekar, Desa Nyenang, Desa Cipeundeuy, Desa Margalaksana, Desa Sukahaji, Desa Ciharashas, Desa Sirnagalih dan Desa Ciroyom. Penelitian ini dilakukan di Desa Cipeundeuy dengan alasan Desa Cipeundeuy merupakan pusat industri yang dicirikan dengan adanya pasar yang dijadikan tempat perbelanjaan di Kecamatan Cipeundeuy.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Batasan stakeholder tersebut di atas mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan stakeholder, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan stakeholder bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dampaknya eliminasi legitimasi stakeholder Adam C. H, dalam (Reny Dyah Retno M, 2012)

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan memiliki tanggung jawab sosial yang sama dengan masyarakat. Pada kenyataannya, tidak dapat dipungkiri bahwa peran perusahaan selama ini hanya sebatas pemberian dukungan dana secara sukarela (*voluntary*) dan kedermawanan (*philanthropy*) sehingga kegiatan yang dilaksanakan kurang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan bahkan memunculkan ketergantungan masyarakat terhadap perusahaan. Hal ini harus menjadi perhatian bagi pemerintah untuk menjaga pelaksanaan program CSR bukan sebatas gugur kewajiban saja tetapi harus mendatangkan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Pemerintah disini diperlukan bukan hanya sebagai fasilitator saja bagi perusahaan dan masyarakat tetapi juga sebagai pihak yang membuat kebijakan dan juga 'pengawas' implementasi program CSR yang bentuk perhatian dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial dan alam terkait dari dampak yang dihasilkan oleh kegiatan dan aktivitas perusahaan.

The World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal, dan komunitas secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Sankat dan Clement dalam (Rudito, 2007) mendefinisikan CSR sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Secara umum, CSR dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

CSR merupakan salah satu wujud partisipasi perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Dengan perkataan lain, CSR dikembangkan dengan koridor Tri Bottom Line yang mencakup sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Senada dengan yang diungkapkan oleh (Korhonen, 2003) yaitu makin meningkatnya perhatian akan implementasi CSR menandai era kebangkitan masyarakat sehingga sudah seharusnya CSR tidak hanya menekankan pada aspek philantropy (dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial) maupun level strategi, melainkan harus makin diperluas pada tingkat kebijakan yang lebih makro dan riil. Untuk menjamin keberhasilan CSR, pengalaman dan pengetahuan khusus sangat diperlukan, sehingga perusahaan harus dapat belajar dari pengalaman perusahaan-perusahaan yang telah melaksanakan program CSR sebagai salah satu kebijakan manajemen perusahaan.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan data kualitatif. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk

mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan yang ada (Mardalis, 1999).

Bahwasanya penelitian deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata sekarang yang sementara berlangsung. Pada hakikatnya penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki.

Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian deskripsi adalah karena dengan penelitian ini mampu memberikan gambaran yang menyeluruh dan jelas terhadap situasi satu dengan situasi sosial yang lain atau dari waktu tertentu dengan waktu yang lain, atau dapat menemukan pola-pola hubungan antara aspek tertentu dengan aspek yang lain, dan dapat menemukan hipotesis dan teori.

Hasil dan Pembahasan

Modal sosial merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah konsep CSR, karena modal sosial dapat menjadi salah satu faktor penunjang dalam mensukseskan sebuah program CSR. Cohen & Prusak dalam (Siregar, 2011) menuliskan konsep awal modal sosial ditulis oleh Hanifan di tahun 1916, saat dia membicarakan tentang pusat komunitas yang terkait dengan sekolah di wilayah pedesaan. Hanifan menggunakan istilah modal sosial untuk membicarakan faktor substansi dalam kehidupan masyarakat yang antara lain berupa niat baik (*good will*), rasa simpati, perasaan persahabatan, dan hubungan sosial yang membentuk sebuah unit sosial.

Namun yang patut diperhatikan adalah pengakuan atas modal sosial yang mulai dirasa penting hadir disamping dengan modal finansial (*financial capital*), maupun modal manusia (*human capital*). (Siregar, 2011) menyebutkan bahwa modal sosial ini merupakan salah satu bagian dari modal manusia disamping modal-modal lainnya seperti kompetensi, motivasi, sikap kerja, dan budaya/etos kerja. Hal senada juga

diungkapkan (Arsyad, 2011) yang menyatakan bahwa modal sosial juga merupakan sebuah fenomena yang tumbuh dari bawah (*bottom-up phenomenon*), yang berasal dari sekumpulan individu yang membentuk pola jalinan sosial (*social network*) yang didasarkan atas prinsip saling mempercayai (*trust*), resiprositas sosial, norma dalam berperilaku, serta aksi kolektif.

Salah satu modal sosial yang dimiliki desa Cipeundeuy adalah adanya forum komunikasi yang dapat dijadikan sarana mempererat hubungan antar warga, komunikasi antar warga dan memupuk etos kerja dan budaya kerja yang positif. Untuk mekanisme forum dan sarana masyarakat adanya Forum Peduli Desa Cipeundeuy yang dilakukan pertemuan 2 kali dalam satu bulan, Musdus (Musyawarah Dusun) yang dilakukan sebulan sekali serta Musdes (Musyawarah Desa) dilakukan sebulan sekali. Forum tersebut mengundang tokoh-tokoh masyarakat untuk membahas kepentingan publik desa cipeundeuy.

Karakteristik masyarakat di desa Cipeundeuy dinilai aktif dan cukup responsive terhadap program-program yang ada di desa. Salah satunya melalui lembaga karang taruna mewakili pemuda desa dan BPD (Badan Permusyawaratan Desa) apabila ada aspirasi atau masukan mengenai pembangunan desa atau kinerja kepemimpinan aparat desa di dalam rapat BPD.

Kelompok rentan di Cipeundeuy terbilang tidak ada karena di dalam masyarakat tidak pernah terjadi konflik atau demo. Masyarakat desa hidup rukun dan saling menghargai antara masyarakatnya. Dan apabila ada permasalahan selalu dirundingkan dalam suatu forum seperti musyawarah desa.

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan berdasarkan pengamatan peneliti di lingkungan Desa Cipeundeuy, didapati masalah sosial sebagai berikut:

Ketersediaan air ketika musim kemarau; Cipeunduy memiliki masalah yakni kurangnya ketersediaan air di musim kemarau yang mempengaruhi terhadap sektor pertanian dan MCK. Berdasarkan hasil temuan lapangan, sumber air untuk MCK desa berasal dari sumur air atau air tanah. Air tanah ini ketika musim kemarau selalu mengalami kekeringan terlebih lagi pertanian di desa ini tidak memiliki irigasi

sehingga sangat tergantung terhadap air hujan. Dampak dari musim kemarau di pertanian ini adalah banyaknya petani yang menjadi pengangguran dan tidak mendapat pemasukan. Sebenarnya PLN sudah memberikan bantuan air bersih untuk MCK ketika musim kemarau, tetapi tidak bisa mencukupi kebutuhan masyarakat.

Akses jalan yang rusak; Akses jalan terbilang rusak berdasarkan hasil pengamatan dilapangan. Jalan rusak ini sebenarnya pernah adanya bantuan dari pemerintah desa setempat. Tetapi tidak lama setelah itu jalan kembali rusak, karena kualitas aspal yang buruk. Jalan rusak ini cukup mengganggu aktivitas warga. Hal tersebut di amini oleh sekretasi desa. Menurutnya banyaknya jalan yang masih belum bagus ini, memiliki dampak negatif terhadap masyarakat desa. Hal yang paling nyata adalah terhambatnya proses distribusi usaha warga. Untuk ke depannya diharapkan, adanya bantuan perbaikan jalan dari pihak pemerintah ataupun pihak swasta demi menunjang perekonomian dan aktivitas warga desa.

Tidak adanya Tempat Pembuangan Sampah; Warga masyarakat desa ini dalam melakukan aktivitas pembuangan sampah ini yakni dengan cara membakar sampah tersebut atau mengubur sampah di halaman rumah masing-masing. Di Desa ini belum ada fasilitas atau TPS (Tempat Pembuangan Sampah) dan merupakan salah satu kebutuhan dari masyarakat agar bisa hidup sehat.

Rawan Pencurian; Untuk tingkat keamanan di desa terbilang cukup rawan pencurian. Diantaranya pernah kejadian pencurian domba, kerbau, dan kendaraan bermotor.

Upaya penyesuaian masyarakat memiliki daya/kapasitas adaptasi yang berbeda-beda sesuai dengan modal sosial yang dimilikinya. Kapasitas adaptif adalah kemampuan sistem sosial secara sosial ekologi untuk tetap siap dan tegap dalam menghadapi guncangan dan merespon perubahan dari faktor internal dan eksternal (Armitage, 2010). Kemampuan adaptif juga dilihat sebagai daya lenting, stabilitas, dan fleksibilitas ketahanan sistem sosial dari ancaman atau bahaya yang dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan Proses pengembangan kapasitas adaptif tersebut juga ditentukan melalui penggunaan sumber daya/potensi serta modifikasi sistem kelembagaan/aturan atau norma.

Berdasarkan hasil analisa penulis maka, modal modal sosial yang dapat dijadikan potensi positif dalam implementasian program CSR di Desa Cipeunduy yaitu:

1. Forum komunikasi : Untuk mekanisme forum dan sarana masyarakat adanya Forum Peduli Desa Cipeundeuy yang dilakukan pertemuan 2 kali dalam satu bulan, Musdus (Musyawarah Dusun) yang dilakukan sebulan sekali serta Musdes (Musyawarah Desa) dilakukan sebulan sekali. Forum tersebut mengundang tokoh-tokoh masyarakat untuk membahas kepentingan publik desa cipeundeuy.
2. Jaringan Komunikasi: tokoh masyarakat yaitu tokoh sosial, tokoh agama dan tokoh pemerintahan masih mempunyai pengaruh yang baik di mata masyarakat sebagai penggerak atau aktor sosial. Masyarakat menghormati pendapat dan seruan mereka dalam hal kegiatan sehari hari maupun hal hal yang sifatnya kognisi.
3. Karakteristik Masyarakat; karakteristik masyarakat desa yang memiliki sifat toleransi tinggi, gotong royong dan simpati terhadap sesama. Serta masyarakat Desa Cipeundeuy masih memegang teguh nilai dan norma agama.

Kesimpulan

Potensi modal sosial di Desa Cipeundey Kabupaten Bandung Barat meliputi Karakteristik masyarakat, yang memiliki toleransi tinggi, gotong royong, simpati terhadap sesama, memegang teguh nilai dan norma agama, terdapatnya forum komunikasi bulanan untuk membahas kepentingan publik seperti Forum Peduli Desa Cipeundeuy, Musdus (Musyawarah Dusun), dan Musdes (Musyawarah Desa), dan ditunjang dengan jaringan komunikasi yang melibatkan tokoh sosial, tokoh agama dan tokoh pemerintahan sebagai *opinion leader* yang mempunyai pengaruh di mata masyarakat sebagai penggerak atau aktor social.

Modal sosial di atas diperkuat dengan adanya kekuatan sosial berupa potensi dari elemen-elemen masyarakat untuk berkolaborasi yang dilandasi kesepahaman, kesepakatan, dan kepercayaan serta kebutuhan besama dalam melaksanakan program CSR di Desa Cipeundeuy yang harus diapresiasi oleh industri, karena setiap program yang akan diimplementasikan di suatu wilayah harus berbasis kebutuhan masyarakat sekitar.

Daftar Rujukan

Bakti, Iriana, dkk. 2016. *Opimalisasi Jejaring Komunikasi Oleh inas Pertanian Dalam Penyebaran Infrmasi Taman Obat Di awa Barat*. Bandung: Unversitas Padjadjaran.

Febriani, 2005. *Pengertian dan Tujuan Pengawasan*. Jakarta : PT. Garmedia Pustaka Utama

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing,

Winardi, 2000. *Kepemimpinan dalam manajemen*. Jakarta : Rineka Cipta

Literasi Media Televisi di Kalangan Masyarakat Petani di Desa Sukamukti Kabupaten Ciamis

Oleh:

Priyo Subekti, Evi Novianti

priyo.subekti@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Abstrak

Sebagai salah satu media elektronik, televisi mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Banyaknya televisi dengan berbagai macam harga serta tampilan yang semakin menarik disertai dengan beraneka ragam jenis tayangan membuat masyarakat pada umumnya memiliki perangkat elektronik yang satu ini.

Jika dibandingkan dengan media massa lainnya televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi bersifat audiovisual, yakni gabungan dari media dengar dan gambar hidup (bergerak) yang bisa bersifat politis, informatif, hiburan, pendidikan, atau bahkan gabungan dari unsur-unsur tersebut.

Desa Sukamukti merupakan salah satu desa di kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamias, dengan masyarakat yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Lokasi desa cukup dekat dari jalan raya sehingga memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya. Selain itu desa Sukamukti sudah terjangkau oleh saluran-saluran TV swasta nasional dan media cetak sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi-informasi dari media tersebut. Dengan banjirnya informasi-informasi yang masuk maka diperlukan kecerdasan dalam memilih dan memilah informasi agar tidak memberikan dampak yang negatif.

Hasil penelitian mengungkapkan Ada perbedaan konsumsi tayangan televisi antara “generasi tua” dengan generasi muda”. Terlihat adanya perbedaan pada kebiasaan menonton, jika dikelompokkan maka ada informan yang mengerti baik langsung maupun tidak langsung tentang literasi media dan ada yang belum memahami.

Kata Kunci: Literasi Media, media televisi, informasi, konsumsi media, perilaku literasi media

Pendahuluan

Sebagai salah satu media elektronik, televisi mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Banyaknya televisi dengan berbagai macam harga serta tampilan yang semakin menarik disertai dengan beraneka ragam jenis tayangan membuat masyarakat pada umumnya memiliki perangkat elektronik yang satu ini.

Jika dibandingkan dengan media massa lainnya televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi bersifat audiovisual, yakni gabungan dari media dengar dan gambar hidup (bergerak) yang bisa bersifat politis, informatif, hiburan, pendidikan, atau bahkan gabungan dari unsur-unsur tersebut. Media televisi dapat menyajikan pesan yang sebenarnya merupakan hasil dramatisir secara audiovisual dan unsur gerak dalam waktu bersamaan. Televisi sebagai media massa idealnya memiliki beberapa fungsi, antara lain fungsi informatif, edukatif, rekreatif, dan sebagai sarana menyosialisasikan nilai-nilai atau pemahaman-pemahaman, baik yang lama maupun yang baru.

Tak terbatasnya dunia komunikasi massa melalui media massa seperti televisi mengantarkan masyarakat pada arus perubahan peradaban yang cepat. Televisi saat ini seakan menjadi guru elektronik yang mengatur dan mengarahkan serta menciptakan budaya massa baru. Banyak hal bisa dipelajari, baik itu secara sengaja maupun tanpa Banyak gaya hidup yang diimitasi dan diadopsi dari apa yang disajikan televisi, bahkan para pemirsa televisi menjadi begitu permisif untuk mengadakan penjadwalan ulang kegiatan demi satu atau beberapa jenis tayangan televisi kesukaan.

Keberadaan stasiun televisi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup spektakuler. Secara nasional, 11 stasiun televisi yang berpusat di Jakarta mempunyai stasiun relay di berbagai wilayah. Dari jumlah tersebut, hanya satu yang status kepemilikannya saat ini berbadan hukum Lembaga Penyiaran Publik yakni TVRI, selebihnya berbadan hukum swasta. Menjamurnya stasiun televisi menumbuhkan ketatnya persaingan antar industri penyiaran, sehingga "perang" program siaran antar televisi menjadi menu wajib sehari-hari. Program yang ditawarkan berorientasi pada pemenuhan selera pasar.

Mereka bersaing menyajikan acara-acara yang digemari penonton, bahkan terkadang tanpa memerhatikan dampak negatif dari tayangan tersebut. Padahal, penonton televisi sangatlah beragam. Di sana terdapat anak-anak dan remaja yang relatif masih mudah terpengaruh dan dipengaruhi. Persepsi terhadap dampak yang ditimbulkan oleh tayangan televisi memang cenderung mengarah ke nilai negatif. Banyak penelitian yang berujung pada satu kesimpulan seragam, yakni bahwa tayangan televisi membawa dampak negatif yang lebih besar dibanding dampak positifnya. Efek negatif dari konsumsi berlebihan terhadap media televisi sudah sangat sering kita dengar dengan beragam bentuknya, bahkan tidak jarang dampak negatif tersebut berkaitan langsung dengan suatu peristiwa sadistis.

Desa Sukamukti merupakan salah satu desa di kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamias, dengan masyarakat yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Lokasi desa cukup dekat dari jalan raya sehingga memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya. Selain itu desa Sukamukti sudah terjangkau oleh saluran-saluran TV swasta nasional dan media cetak sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi-informasi dari media tersebut. Dengan banjirnya informasi-informasi yang masuk maka diperlukan kecerdasan dalam memilih dan memilah informasi agar tidak memberikan dampak yang negatif.

Masyarakat petani biasanya bekerja ke sawah mulai jam setengah 6 pagi setelah shalat subuh hingga sore sekitar jam 4an setelah shalat ashar. Sebelum ada media televisi, biasanya mereka berkumpul dengan tetangga di warung kopi atau di mushola, tetapi ketika media televisi sudah masuk waktu yang digunakan untuk bersosialisasi digantikan dengan menonton televisi. Apalagi dengan banyaknya saluran televisi yang tersedia memberikan pilihan acara yang bervariasi, hal ini menambah daya tarik tersendiri bagi masyarakat desa.

Menjadikan masyarakat maju dan ber peradaban mustahil tercipta sebelum masyarakat yang ada di dalamnya sadar akan harapan tersebut. Oleh karenanya perlu dilakukan upaya-upaya menuju terciptanya nuansa dan tradisi yang mendukung pada terbentuknya kualitas masyarakat maju. Salah satu upayanya adalah menciptakan tradisi literasi sebagai

budaya keilmuan dan pemberdayaan bagi seluruh lapisan masyarakat sebab tradisi literasi adalah benih masyarakat maju.

Lalu apa maksud tradisi literasi itu sendiri? Menurut Kirsch dan Jungeblut, literasi kontemporer merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan informasi tertulis atau cetak untuk mengembangkan pengetahuan, sehingga mendatangkan manfaat bagi masyarakat. Bahkan lebih dari itu, General Director UNESCO, Koiichiro Matsuura menjelaskan bahwa literasi lebih dari sekadar membaca dan menulis. Melainkan juga mencakup bagaimana kita berkomunikasi dalam masyarakat. Karena literasi berarti juga praktik dan hubungan sosial yang terkait dengan pengetahuan, bahasa dan budaya.

Media literasi adalah sebuah perspektif atau cara pandang terhadap media dan cara menginterpretasi makna dari sebuah pesan yang diterima. Untuk membangun sebuah perspektif berdasarkan latar belakang ilmu pengetahuan yang dimiliki. Keahlian yang harus dikembangkan melalui literasi media adalah berpikir bagaimana pentingnya media massa dalam menciptakan dan mengendalikan budaya.

Budiman (2002) yang membahas apa yang dilakukan oleh pemirsa (audiens) terhadap televisi dan bagaimana mereka memperlakukan televisi dalam kehidupan mereka sehari-hari. Hasilnya, ada empat hubungan yang terjadi antara pemirsa dan televisi. Pertama, menonton televisi adalah tindakan menjalin dan/atau memutuskan ikatan interpersonal. Dengan menonton televisi orang sekaligus dapat mempererat atau sebaliknya merenggangkan jalinan komunikasi antar-pribadi satu dengan yang lain. Kedua, menonton televisi adalah mendapatkan beraneka pengalaman: bersantai, belajar, bermain, mengasuh, dan lain-lain. Ketiga, dengan kehadiran suaranya sebagai suara latar (*background noise*), tindakan menonton televisi adalah sekaligus menjadikannya sebagai teman yang setia yang bahkan bisa dijadikan sebagai interlocutor, seperti halnya manusia. Dan keempat yang tidak kalah penting, menonton televisi adalah sekaligus tindakan mengelola kekuasaan. Hal ini terlihat bukan saja dari tindakan monopoli perangkat remote control, melainkan juga dari penggunaan televisi untuk mengawasi dan mendisiplinkan orang lain, sampai dengan perkara yang menyangkut perbedaan selera.

Lebih lanjut aktivitas menonton televisi dikemas dalam konteks spasio-temporal yang jalin-menjalin dengan alur rutinitas sehari-hari. Dengan kata lain menonton televisi dianggap sebagai bagian yang koheren dari jadwal aktivitas sehari-hari yang membuat orang merasa betah berlama-lama menonton televisi. Bungin (2001:216-217) mengatakan aktivitas yang ada di televisi berhubungan erat dengan realitas sosial masyarakat pemirsanya. Hal ini terjadi karena televisi menjadi model simulasi yaitu penciptaan model-model kehidupan yang nyata meski tanpa asal-usul yang realistis. Melalui model simulasi ini individu terjebak dalam satu ruang yang disadarinya sebagai nyata, walaupun sesungguhnya semu atau maya.

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini yaitu “Bagaimana Pemahaman masyarakat Desa Sukamukti terhadap program tayangan televisi”.

Metode Penelitian

Sesuai dengan paradigma dan permasalahan yang dipilih dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit untuk diketahui atau dipahami. Selain untuk memahami fenomena yang sulit dipahami, peneliti ingin menggali pengalaman individu dalam mendefinisikan suatu permasalahan dan masyarakat yang menjadi informan bebas mengungkapkan definisinya tersebut.

Penelitian ini menggunakan sifat deskriptif. Sebagai penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, sifat deskriptif ini memang sudah melekat. Peneliti memilih deskriptif sebagai sifat penelitian karena peneliti ingin mengenathui gambaran lengkap mengenai kemampuan media literasi pada masyarakat desa. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud unruk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah. Tujuan penelitian adalah menggambarkan fenomena sosial.

Metode pemilihan infomasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara purposif. Sumber data yang digunakan disini tidak sebagai sumber data yang mewakili populasinya, tetapi mewakili informasi. Berdasar kepada akses tertentu yang dianggap memiliki informasi yang

berkaitan dengan permasalahan secara mendalam dan dapat dipercaya sebagai sumber yang mantap.⁹

Karena penelitian ini mengkaji bagaimana pemahaman masyarakat desa terhadap program tayangan televisi maka, unit penelitiannya adalah masyarakat desa yang telah memiliki televisi berwarna yang dapat menangkap stasiun televisi lebih dari 4 macam. Unit populasi adalah seluruh masyarakat setempat yang tinggal di Desa Sukamukti Kecamatan Pamarican Ciamis. Karena penelitian ini bersifat kualitatif maka penulis menggunakan sampel purposif¹⁰ yaitu tidak semua masyarakat dianalisis tetapi masyarakat desa yang telah memiliki televisi berwarna yang dapat menangkap stasiun televisi lebih dari 4 macam. Hal ini dikarenakan masyarakat desa yang memiliki televisi yang mampu menangkap stasiun televisi lebih dari empat diasumsikan mempunyai peluang lebih besar dalam menonton tayangan televisi.

Hasil dan Pembahasan

Lokasi penelitian adalah di Desa Sukamukti Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis. Desa menurut Koentjaraningrat, merupakan komunitas kecil yang menetap tetap di suatu tempat dan sebagian besar memiliki mata pencaharaan bercocok tanam atau dari perikanan.

Desa Sukamukti letaknya cukup jauh dari Kabupaten Ciamis, memerlukan waktu sekitar 2 jam kendaraan bermotor untuk mencapai lokasi dari Kota Ciamis. Desa Sukamukti berbatasan dengan Desa Sidaharja di sebelah Utara, Desa Sindangsari di sebelah Selatan, Desa Sukajadi di sebelah barat dan berbatasan dengan Desa Sindangasih di sebelah Timur.

Dengan luas desa sekitar 405 ha Desa Sukamukti secara topografi adalah lahan dataran. Desa Sukamukti dihuni oleh 4.459 jiwa yang terbagi dalam 1165 kk, dengan rincian laki-laki 2201 jiwa dan perempuan 2258 jiwa.

⁹ Spradley, James P. *Ideas that Shaped Our World*, (San Diego, CA: Thunder Bay Press, 1997), hal 40

¹⁰ Sampel purposif adalah jenis sampel yang pemilihannya didasarkan atas kriteria tujuan dan manfaatnya.

Masyarakat Desa Sukamukti sebagian besar memiliki pesawat televisi, sebagai masyarakat yang mayoritas bermata pencaharian sebagai petani dan peternak, waktu luang mereka pun lebih banyak. Dengan adanya televisi waktu luang yang biasanya digunakan masyarakat untuk bercengkrama, bersosialisasi, bergaul dengan tetangga serta pengajian di masjid menjadi berubah. Banyak masyarakat yang lebih senang berdiam di depan televisi, menikmati acara acara tayangan televisi daripada melakukan kegiatan tersebut. Seorang informan (AM, 70th) mengatakan: *saiki jamaane wis robah, mbiyen ewong wong tua karo, bocah bocah tukang ngumpul nang masjid, pengajian, berjanjen, saiki wis jarang. Ya lewih seneng nonton angling darma batan ngaji nang masjid*”

(sekarang jaman sudah berubah, dulu orang-orang tua dan anak-anak muda suka berkumpul di masjid untuk ngaji, *berjanjen*, sekarang sudah jarang. Mereka lebih suka nonton *Angling Darma* daripada ngaji)

Ketika musim cocok tanam padi datang, masyarakat desa berangkat ke sawah sekitar jam setengah 6 sampai 6 pagi, mereka bekerja hingga jam 11.00 WIB kemudian pulang ke rumah masing-masing untuk melakukan sholat duhur. Kemudian mereka berangkat kembali jam 14.00 sampai dengan datangnya waktu ashar. Selepas sholat ashar, biasanya penduduk desa bersosialisasi dengan mengunjungi tetangga untuk mengobrol, tapi dengan adanya televisi mereka lebih menyukai menghabiskan waktunya dengan menonton televisi. Inilah salah satu dampak negatif masuknya media televisi di pedesaan.

Ada suatu kesepakatan bersama yang tidak tertulis yaitu mereka tidak menyalakan TV ketika datangnya waktu magrib. (AM 70th) mengatakan “*ora ilok nonton TV magrib-magrib*” (tidak boleh nonton TV di waktu magrib). Pesawat televisi boleh dinyalakan kembali ketika mereka sudah melaksanakan sholat magrib.

Ada perbedaan konsumsi tayangan televisi antara “generasi tua” dengan generasi muda”. Terlihat adanya perbedaan pada kebiasaan menonton, jika dikelompokkan maka ada informan yang mengerti baik langsung maupun tidak langsung tentang literasi media dan ada yang belum memahami.

Untuk informan yang sudah memahami tentang literasi media akan lebih selektif dalam memilih tayangan televisi. Misalkan ada informan

yang mempunyai kebiasaan menonton drama kolosal atau sinetron setiap hari, tetapi ada juga informan yang tidak menyukai tayangan tersebut karena dianggap tidak ada manfaatnya. Berbeda dengan informan yang belum memahami tentang media literasi, mereka mempunyai kebiasaan menonton televisi hampir tanpa batasan yang jelas. Dengan kata lain, mereka cenderung tidak selektif dan sembarangan, misalnya informan yang menonton tayangan drama kolosal dan sinetron sudah menjadi rutinitas mereka. Tetapi secara garis besar masyarakat sudah dapat selektif dalam mengkonsumsi tayangan televisi, mereka tahu mana tayangan yang mendidik dan mana yang tidak.

Penulis berusaha menggali alasan sampai motif masyarakat desa ketika sedang menyeleksi tayangan program televisi. Pendapat Schultz yang disitir oleh Kuswarno tentang motif, ada dua jenis motif yaitu *in order to* motif yang merujuk pada masa yang akan datang dan *because motive* (motif sebab) yang merujuk pada masa lalu (Kuswarno, 2010:111).

Motif sebab adalah motif yang merujuk pada masa lalu. Terdapat 4 orang informan yang beralasan sebagai motif sebab. Di kategorikan ada 3 informan yang relatif sama dalam pemilihan tayangan program televisi yaitu AM, Darto, dan Siti Khodijah. Mereka sama-sama menyukai tayangan bergenre drama kolosal.

Penilaian adalah kesan yang diberikan seseorang terhadap objek. Penilaian bisa saja menyangkut pengetahuan yang bersifat kognitif dan segala sesuatu yang berkaitan dengan perasaan.

Dalam hal ini kategori tentang penilaian secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu:

1) Penilaian positif adalah hal-hal yang menguntungkan yang disampaikan informan Keuntungan-keuntungan yang diperoleh warga masyarakat dalam memilih tayangan televisi sebagai berikut ; Film-film yang mengandung sejarah banyak manfaatnya, bisa tahu sejah dari orang-orang jaman dulu untuk dijadikan contoh agar bisa hidup lebih baik. 2) Penilaian negatif adalah hal-hal yang dirasakan merugikan informan. Sedangkan penilaian negatifnya di kemukakan oleh lik roni yaitu: Film film silat yang ada di Indosiar merupakan film bohing, hanya untuk rame-ramean, sejarah yang ada di dalamnya sudah dirubah sudah

tidak ada manfaatnya, malahan jadi rusak kandungan sejarahnya jika seperti itu.

Kesimpulan

Ada perbedaan konsumsi tayangan televisi antara “generasi tua” dengan generasi muda”. Terlihat adanya perbedaan pada kebiasaan menonton, jika dikelompokkan maka ada informan yang mengerti baik langsung maupun tidak langsung tentang literasi media dan ada yang belum memahami.

Untuk informan yang sudah memahami tentang literasi media akan lebih selektif dalam memilih tayangan televisi. Misalkan ada informan yang mempunyai kebiasaan menonton drama kolosal atau sinetron setiap hari, tetapi ada juga informan yang tidak menyukai tayangan tersebut karena dianggap tidak ada manfaatnya. Berbeda dengan informan yang belum memahami tentang media literasi, mereka mempunyai kebiasaan menonton televisi hampir tanpa batasan yang jelas. Dengan kata lain, mereka cenderung tidak selektif dan sembarangan, misalnya informan yang menonton tayangan drama kolosal dan sinetron sudah menjadi rutinitas mereka. Tetapi secara garis besar masyarakat sudah dapat selektif dalam mengkonsumsi tayangan televisi, mereka tahu mana tayangan yang mendidik dan mana yang tidak.

Motif sebab yaitu mereka sudah lebih dulu mempunyai pengalaman dengan tema cerita yang ditayangkan oleh televisi. Mereka sudah mengetahui cerita cerita tentang legenda rakyat, sejarah kerajaan, sehingga mereka tertarik untuk melihat tayangan tersebut. Menurut mereka tayangan drama kolosal dengan tema legenda atau cerita rakyat adalah sejarah yang harus dipelihara, harus diketahui, oleh karena itu biasanya mereka akan mengajak anak cucunya untuk ikut menonton tayangan tersebut. Motif masa depan mereka adalah ingin tahu informasi yang terbaru dari berita, ingin tahu perkembangan terkini dari berita agar tidak ketinggalan informasi. Ketiga informan tersebut rata-rata mempunyai pekerjaan lain selain petani, yaitu ada yang menjadi pegawai desa dam yang dua lagi wirasasta. Mungkin karena tingkat perekonomian mereka lebih baik maka kebutuhan akan informasi mereka selangkah lebih tinggi dari yang lain.

Daftar Rujukan

- Alo Liliwari, Drs., MS. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Dahlan, M. Alwi. Peran Teknologi Informasi dalam demokratisasi. <http://www.google.co.id>. Diakses Selasa, 29 Januari 2008, pukul 14.30.
- Elvinaro, Ardianto., *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Penerbit Simbiosis Rekatama Media*, 2004
- Hakim, Heri Abi Burachman. *Sosiologi Informasi: Suatu Kajian tentang Dinamika Informasi dan Dampaknya Bagi Masyarakat*. www.heri-abi-staf-ugm.ac.id. Diakses Jum'at, 28 Desember 2007, pukul 12.50.
- Kampus News. *Keterbukaan Informasi Menuju Sebuah Negara yang Demokratis*. <http://mahasiswa.com>. Diakses Selasa, 29 Januari 2008, pukul 15.00.
- Lawang, Robert M.Z. *Buku Materi Pokok Pengantar Sosiologi*, ANN III/3 SKS/MODUL 1-5. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan: Universitas Terbuka, 1984/1985.
- MacBride, Sean (Ketua Komisi). *Aneka Suara, Satu Dunia: Menuju Orde Informasi dan Komunikasi Dunia Yang Baru dan Efisien*. Jakarta: PN Balai Pustaka-UNESCO, 1983.
- McQuail, Denis and dahl W Sven. 1984. *Communication Models For Study of Mass Communication*. New York : Longman inc.
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Diterjemahkan Aminuddin Ram. Jakarta : Erlangga.
- MoleongJ, Lexy. 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pendit, Putu Laxman. *Kepustakawanan: Penjelajahan Tentang Teks, Kebersamaan dan Kemerdekaan Pribadi*.

Muhadjir, Noeng. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rakesarasin.

Nazir, Moh.,Ph.D. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Rakhmat, Jalaludin. 1995.*Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.

Peran Komunitas Literasi dalam Mengembangkan Literasi Media di Tuban

Oleh:

Amrullah Ali Moebin

Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

amrullahtuban@gmail.com

Abstrak

Informasi sudah menjadi barang umum di tengah masyarakat. Hingga akhirnya memunculkan media massa yang cukup banyak. Di Tuban termasuk banyak muncul media massa. Kondisi ini membuat banyak informasi dan berita yang beredar di tengah masyarakat. Kevalidan informasi ini perlu mendapatkan perhatian. Adanya validitas itu perlu adanya sebuah gerakan literasi. Di Tuban telah ada Gerakan Tuban Menulis. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui peran komunitas literasi dalam mengembangkan literasi media di Tuban. Metodenya menggunakan kualitatif. Dengan teori arena produksi cultural, dalam penelitian ini Gerakan Tuban Menulis sebagai komunitas literasi telah melakukan pengembangan literasi media. Komunitas ini telah melakukan praktik kulutral. Modelnya adalah membuat kegiatan dan produk tulisan yang diunggah dalam sebuah situs media sosial. Selain itu, komunitas ini juga memiliki website tubanliterasi.com sebagai pemberi pengaruh terhadap derasnya arus informasi di Tuban.

Kata Kunci: Komunitas, Literasi, Literasi Media,

Pendahuluan

Era reformasi telah membuka saluran informasi yang pernah tersumbat. Sebab, sebelum reformasi informasi masih belum bisa tersebar luas dan dinikmati oleh masyarakat secara bebas. Segala informasi masih dibatasi. Pemerintah masih cukup kuat dalam mengontrol segala informasi kepada masyarakat. Bentuk kontrolnya dengan cara memberikan pengawasan ketat terhadap media massa yang

berdiri saat itu. Kondisi itu dibuktikan dengan adanya berbagai perizinan yang harus dikantongi oleh perusahaan media massa sebelum terbit.

Pada media massa, negara memiliki kontrol yang cukup ketat. Kontrol bertujuan untuk mengawasi aktivitas media massa agar tidak menyimpang, apalagi hingga bertentangan dengan kepentingan-kepentingan penguasa. Berbagai cara pun dilakukan untuk melakukan kontrol tersebut. Salah satunya dalam bentuk undang-undang, perizinan, penempatan posisi organisasi pers hingga pembreidelan.

Reny Triwardani (2010:201) mengatakan pada masa sebelum reformasi bentuk pembatasan informasi cukup terlihat. Buktinya ada tiga surat kabar dibreidel pada 21 Juni 1994 yakni, Tempo, Editor dan Detik. Media massa di Indonesia tak memiliki taring setelah pembriedelan itu dilakukan. Media masa arus utama hanya berharap dapat bertahan dalam situasi ekonomi politik yang tidak menentu dan tidak terancam 'hantu' pencabutan lisensi SIUPP dari penguasa negara yang dinilai makin arogan. Pers mainstream seolah mati suri selama tiga tahun (1994-1997), dan mulai menggeliat bangkit pada awal 1998.

Era reformasi yang ditandai dengan jatuhnya Presiden Soeharto itu menjadi titik awal kebangkitan media massa di Indonesia. Keterbukaan informasi pun perlahan membaik. Pada era itu sebuah kebijakan yang monumental telah dikeluarkan. Permenpen No. 01/per/Menpen/1998, tentang Ketentuan Ketentuan SIUPP. Pada regulasi ini, sanksi pencabutan SIUPP maupun pembreidelan bagi media massa dihapus. Ada lima peraturan, baik berupa Peraturan Menteri maupun Surat Keputusan Menteri, yang keseluruhannya menghambat ruang gerak pers, dicabut.

Puncaknya saat itu dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Undang-undang ini yang menyatakan pencabutan semua undang-undang pers yang ada sebelumnya. Dengan demikian, pada rezim ini tidak ada lagi peraturan yang membatasi ruang gerak pers. Perubahan-perubahan yang begitu besar dan berlangsung dalam masa yang sedemikian singkat tersebut, ternyata telah meningkatkan keinginan orang-orang maupun lembaga-lembaga yang ada di masyarakat untuk mendirikan penerbitan pers. Hal ini dapat dilihat dari melonjaknya permintaan SIUPP untuk mendirikan perusahaan pers.

Era reformasi telah berlangsung. Kebebasan pers pun turut berkembang. Undang-undang telah memberikan payung hukum untuk pers bekerja. Sehingga, perusahaan media massa ikut menjamur. Tidak hanya secara nasional. Namun, secara daerah pun ikut tumbuh. Termasuk di Kabupaten Tuban. Informasi yang diproduksi oleh media massa di Tuban sudah menjadi konsumsi publik. Di Tuban, jenis media massa beragam mulai media cetak hingga media elektronik. Masyarakat bisa dengan mudah mengakses berita dan informasi yang bersumber dari media tersebut.

Keberadaan media massa di Tuban membuat masyarakat semakin melek informasi. Setiap informasi dapat diperoleh dengan mengakses berita online, membeli koran hingga menonton televisi. Dari media massa lah masyarakat mendapatkan kabar tentang politik, kriminal hingga sosial kemasyarakatan. Kadang, masyarakat tidak sadar bila media massa memiliki agenda setting hingga melakukan framing terhadap informasi yang kemudian ditulis menjadi berita.

Contohnya berita tentang gua Goa Putri Asih Diduga Digunakan Sebagai Tempat Mesum yang dilansir oleh pojokpitu.com pada April 2015. Dari berita tersebut masyarakat memviralkan kabar tersebut hingga muncul opini di masyarakat bila di gua tersebut digunakan sebagai tempat mesum. Selain itu, berita tentang penangkapan penjual narkoba jenis karnopen membuat masyarakat belum mengetahui mengapa hanya tingkat pengecer saja yang ditangkap. Tak hanya berita lokal yang menjadi konsumsi masyarakat Tuban. Melainkan berita nasional juga turut menjadi pantauan masyarakat Tuban. Misalkan, berita tentang pemilihan gubernur di Jakarta turut mewarnai informasi masyarakat Tuban.

Informasi yang beredar di masyarakat terdapat berbagai tanggapan. Ada yang melakukan kritikan atas berita. Namun, ada juga yang justru melakukan penyebaran berita tersebut tanpa harus melakukan perbandingan dengan berita yang lain. Langkah yang dilakukan oleh masyarakat melakukan analisis terhadap berita itu seperti yang dijelaskan oleh Potter (2014), yakni sebagai kemampuan analisis dan evaluasi dalam teori literasi media.

Rochimah (2011:28) menjelaskan, literasi media adalah pendidikan yang mengajari khalayak media agar memiliki kemampuan menganalisis

pesan media, memahami bahwa media memiliki tujuan komersial atau bisnis dan politik. Dengan begitu, mereka mampu bertanggungjawab dan memberikan respon yang benar ketika berhadapan dengan media. Dengan munculnya era digital membuat masyarakat terhadap berita yang disampaikan oleh media massa telah bergeser. Masyarakat tidak hanya menjadi penikmat berita saja. Melainkan, turut menjadi memproduksi berita dan menjadi penyebar berita.

Dalam menyikapi sebuah berita dari media massa tak hanya masyarakat secara individu saja. Namun, ada masyarakat yang tergabung dalam sebuah komunitas yang turut melakukan literasi media. Masyarakat itu tergabung dalam komunitas Gerakat Tuban Menulis (GTM). Komunitas yang beranggotakan anak muda di Tuban ini lahir di tengah derasnya arus informasi dan menjamurnya media massa. Kondisi ini membuat masyarakat. Untuk itu, penelitian ini difokuskan untuk melihat peran komunitas literasi di Tuban dalam hal ini adalah komunitas Gerakan Tuban Menulis dalam mengembangkan literasi media di Tuban. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bagaimana peran komunitas literasi dalam mengembangkan literasi media di Tuban. Melalui penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan bagi masyarakat bagaimana langkah menyikapi berita di media massa maupun informasi yang tengah beredar di masyarakat.

Komunitas Literasi

Seorang manusia tidak bisa hidup seorang diri. Makhluk ini saling membutuhkan baik sesama manusia maupun makhluk lain. Sehingga, manusia memiliki upaya untuk hidup secara berkelompok. Selain, kebanyakan orang menyebut manusia yang kesatuan manusia adalah masyarakat. Adapula yang menyebut dengan istilah komunitas. Koentjaraningrat (2014:122) memberikan sebuah contoh komunitas adalah sekumpulan orang yang bertransmigrasi di sebuah daerah lantas berkumpul dalam satu kesatuan. Mereka salah satu yang disebut sebagai komunitas.

Soenarno (2002) mengatakan komunitas itu sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Sedangkan, Wenger (2002: 4) mengatakan komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi

lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Menurut Mac Iver (dalam Mansyur, Cholil 1987:69) *community* diistilahkan sebagai persekutuan hidup atau paguyuban dan dimaknai sebagai suatu daerah masyarakat yang ditandai dengan beberapa tingkatan pertalian kelompok sosial satu sama lain. Keberadaan komunitas biasanya didasari oleh beberapa hal. Diantaranya lokalitas dan sentiment Community.

Menurut Mac Iver dalam Soerjono Soekanto (1983: 143), unsur-unsur dalam *sentiment community* adalah Seperasaan. Artinya, unsur seperasaan muncul akibat adanya tindakan anggota dalam komunitas yang mengidentifikasikan dirinya dengan kelompok dikarenakan adanya kesamaan kepentingan. Kemudian, sepenanggungan. Unsur ini diartikan sebagai kesadaran akan peranan dan tanggung jawab anggota komunitas dalam kelompoknya. Saling memerlukan yang diartikan unsur saling memerlukan diartikan sebagai perasaan ketergantungan terhadap komunitas baik yang sifatnya fisik maupun psikis.

Jadi, komunitas bisa dimaknai dengan masyarakat yang berkelompok berdasar tempat secara geografis ataupun berkelompok karena memiliki unsure kesamaan perasaan, sepenanggungan, dan memiliki ketertarikan yang sama. Jika definisi tersebut ditarik untuk memberikan definisi terhadap komunitas literasi maka makna yang tepat yang sekelompok masyarakat yang tergabung dengan kesamaan hobi yang berkaitan dengan literasi. Sedangkan, literasi sendiri berasal dari bahasa Inggris Literacy yang diartikan sebagai kemampuan baca tulis.

Selanjutnya menurut Kuder dan Hasit (2002) pengertian literasi berkembang meliputi proses membaca, menulis, berbicara, mendengar, membayangkan, melihat. Dalam proses membaca terjadi proses yang rumit yaitu proses kognitif, linguistik, dan aktivitas sosial. Pembaca harus secara aktif melibatkan pengalaman sebelumnya, proses berpikir, sikap, emosi dan minat untuk memahami bacaan. Menurut Snow (dalam Mc Cartney & Philips, 2008) konsep literasi dan perkembangan literasi bervariasi dalam sejumlah aspek dan variasi ini bersifat implisit saat membahas literasi. Sehingga, komunitas literasi bisa dimaknai lebih

dalam lagi yakni masyarakat yang berkelompok dengan memiliki hobi dan perhatian yang sama tentang membaca, menulis, berbicara, mendengar hingga melihat.

Literasi Media

Seseorang yang memahami literasi media perlu mengetahui dasar tentang pengertiannya. Brown (1998) literasi media merupakan kemampuan untuk menganalisis dan menghargai karya sastra agar bisa berkomunikasi efektif melalui tulisan yang baik.

Ferrington (2006) menambahkan pemahaman literasi media sekitar tahun 70an diperluas mencakup kemampuan untuk membaca teks film, televisi dan media visual karena studi tentang pendidikan media dimulai dengan mengikuti pengembangan area media.

Baran (2004) menyebutkan saat ini literasi diartikan sebagai kemampuan memahami simbol-simbol tertulis secara efisien dan efektif serta komprehensif. Dengan adanya perkembangan media elektronik, maka kemampuan itu tidak bernama literasi lagi, tetapi menjadi literasi media (kecerdasan bermedia).

Alan Rubin (1998) dalam Apriadi Tamburaka (2013:8) menggabungkan beberapa definisi yang menekankan pengolahan kognitif dan informasi dan evaluasi kritis pesan. Dia mendefinisikan literasi media/melek media sebagai pemahaman sumber teknologi dari komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang diproduksi dan pemilihan, penafsiran serta dampak dari pesan tersebut.

Literasi media adalah “ability to access, analyze, evaluate and communicate the content of media messages”. Literasi media juga bermakna kemampuan untuk memahami, menganalisis dan mendekonstruksi pencitraan media. Kemampuan untuk melakukan ini ditujukan agar pemirsa sebagai konsumen media massa –termasuk anak-anak– menjadi sadar atau melek tentang cara media dikonstruksi/dibuat dan diakses ([http://id.wikipedia.org/wiki/literasi media](http://id.wikipedia.org/wiki/literasi_media). diakses 9 Maret 2017 pukul. 15.10)

National Leadership Conference on Media Education menyatakan literasi media adalah kemampuan untuk mengakses,

menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuknya (Hobbs, 1999 dalam Judhita, 2013: 52).

Agar lebih jelas tentang literasi media terdapat sebuah tabel yang memberikan penjelasan tentang model konsep literasi media. Dalam tabel itu mengkategorikan literasi. Yakni mengakses, menganalisa, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan. Dari masing-masing kategori tersebut terdapat keterangan dan indikatornya. Berikut adalah tabelnya:

Tabel 1.1. Model Konsep Literasi Media

Kategori Literasi Menurut <i>National Leadership Conference on Media Education</i>			
No.	Kategori	Keterangan	Indikator
1.	Mengakses	Pemahaman dan pengetahuan menggunakan dan Mengakses Media dan mampu memahami isi pesan	<ul style="list-style-type: none"> •Media yang digunakan •Frekuensi penggunaan •Tujuan penggunaan •Mengerti isi pesan
2.	Menganalisa	Mampu memahami tujuan pesan media dan dapat mengidentifikasi pengirim pesan melalui media dan apa isi pesan tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> •Kemampuan mengingat pesan yang diterima melalui media. •Mampu menjelaskan maksud dari pesan. •Mampu mengidentifikasi pengirim pesan. •Mampu menilai pesan media yang dapat menarik perhatian
3.	Mengevaluasi	Mampu menilai pesan yang diterima kemudian dibandingkan dengan perspektif sendiri. Hal ini mencakup penilaian subjektif seorang individu atau reaksi sikap terhadap pesan serta implikasi lain dari pesan	<ul style="list-style-type: none"> •Sikap, perasaan atau reaksi yang dirasakan setelah menerima pesan dari media. •Mengungkapkan informasi apa saja yang menyarankan atau memberikan informasi yang berguna bagi pengguna
4.	Mengkomunikasikan	Mampu mengkomunikasikan pesan yang diterima dari media dalam bentuk apa saja kepada orang lain	<ul style="list-style-type: none"> •Pesan yang diterima dikomunikasikan dalam bentuk apa

Sumber :*National Leadership Conference on Media Education* (Hobbs,1999) dikutip dari Juditha (2013: 52).

Teori Arena Kultural

Karnanta (2013) mengatakan teori arena produksi kultural yang dibangun Pierre Bourdieu pada prinsipnya merupakan formula lanjutan dari pemikirannya mengenai ‘praktik’ yang dirancang untuk menganalisis dan memahami proses terbangunnya struktur sosial berdasarkan unsur- unsur tertentu yang ada dalam ruang sosial. Dalam pemahaman Bourdieu (2011: 176) ruang sosial merupakan keseluruhan tempat atau terjadinya proses interaksi sosial yang mana ruang tersebut menghadirkan diri dalam bentuk agen-agen yang dilengkapi dengan berbagai ciri berbeda namun secara sistematis terkait satu sama lain.

Menurut Bourdieu yang mempengaruhi arena produksi kultural juga dipengaruhi oleh adanya arena. Arena, akta Bourdieu (1993 : 215) adalah sebuah tempat atau lingkungan sosial yang terbentuk sesuai hukum- hukum dan dari modal–modal tertentu yang sekaligus menjadi tempat relasi- relasi kekuasaan yang berlangsung. Dalam arena produksi kultural ini terdiri dari beberapa modal yang ada, diantaranya yaitu modal kultural, modal simbolis, modal lain yang mendukungnya baik secara langsung maupun tidak seperti modal ekonomi dan modal sosial.

Menurut Bourdieu yang mempengaruhi arena produksi kultural juga dipengaruhi oleh adanya arena. Arena dijelaskan Bourdieu (1993 : 215) yang menyatakan bahwa arena adalah sebuah tempat atau lingkungan sosial yang terbentuk sesuai hukum- hukum dan dari modal–modal tertentu yang sekaligus menjadi tempat relasi- relasi kekuasaan yang berlangsung. Dalam arena produksi kultural ini terdiri dari beberapa modal yang ada, diantaranya yaitu modal kultural, modal simbolis, modal lain yang mendukungnya baik secara langsung maupun tidak seperti modal ekonomi dan modal sosial. Modal kultural menurut Bourdieu (1993) merupakan modal yang menyoroti bentuk – bentuk pengetahuan kultural, kompetensi – kompetensi atau disposisi – disposisi tertentu.

Bourdieu menjelaskan, arena produksi cultural itu muncul karena habitus. Menurutnya, habitus adalah adalah struktur kognitif yang terinternalisasi dari praktik- praktik dan representasi–representasi dari arena sosial objektif yang mampu melahirkan praktik- praktik sesuai dengan situasi khusus dan tertentu.

Habitus dapat dijelaskan sebagai suatu struktur kognitif yang terbentuk dalam diri individu yang dimulai sejak masa kanak-kanak yang disebabkan adanya struktur yang distrukturkan dari praktik-praktik dan representasi-representasi sosial lingkungannya. Praktik-praktik yang dimaksudkan dalam teori Bourdieu ini meliputi praktik – praktik kultural serta prosesnya dalam proses sosial yang lebih luas yang dapat meliputi segala hal yang berhubungan dengan kultural. Seperti pertukaran linguistik, pemanfaatan bahasa secara politis, museum dan para pengunjungnya, penggunaan fotografi secara sosial, pernikahan dan pertukaran ritual, dan asal-usul riwayat perjalanan sosial akademisi, dan kaum intelektual pada universitas.

Metode

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Mempelajari masalah-masalah tentang peran komunitas Gerakan Tuban Menulis. Penelitian ini juga untuk membuat deskripsi atau memberikan gambaran secara sistematis tentang permasalahan yang sedang diteliti. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan wawancara pada pegiat di komunitas Gerakan Tuban Menulis. Peneliti juga menggunakan metode observasi di lapangan untuk mengetahui fakta tentang aktivitas Gerakan Tuban Menulis melakukan pengembangan literasi media.

Data dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif. Penelitian kualitatif bisa menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis, atau lisan narasumber atau perilaku yang diamati (Moleong, 2004:103). Analisis data yang bersifat kualitatif mengharuskan peneliti untuk melakukan aktivitas secara serempak dengan pengumpulan data interpretasi data dan menulis laporan penelitian.

Dengan begitu, analisis data tidak dilakukan secara terpisah dengan pengumpulan data. tetapi merupakan tindakan yang dilakukan bersama-sama. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah teknik triangulasi. Maksudnya, dalam proses memeriksa keabsahan data diperlukan sesuatu lain di luar data sebagai bentuk perbandingan. Penulis memilih tiga pegiat Gerakan Tuban Menulis untuk dilakukan wawancara. Yakni, Mutolibin sebagai ketua komunitas, Ah. Laksana penanggung

jawab rumah dan lapak baca, dan Zubaidi penanggung jawab tadarus buku. Penelitian dilakukan pada Januari-Februari 2017.

Hasil Dan Pembahasan

Kehadiran Gerakan Tuban Menulis itu baru beberapa tahun terakhir. Persisnya pada 24 Januari 2015. Komunitas ini didirikan oleh beberapa pemuda di Tuban. Inisiatornya yakni Mutholibin, Aam, dan Afdolu Nasikin. Ketiganya adalah pemuda asal Kabupaten Tuban yang telah menempuh studi di luar kota. Setelah kembalinya mereka ke kampung halamannya sendiri akhirnya mereka mulai memetakan kondisi sosial masyarakat di Tuban. Di akhir 2014 pemetaan itu telah diselesaikan. Hasilnya, dunia literasi di Tuban masih belum bergairah.

Ketiganya lantas berdiskusi untuk merumuskan sebuah langkah agar dunia literasi di Tuban semakin bergirah. Akhirnya munculkan inisiatif untuk membentuk sebuah komunitas yang bertujuan untuk menggirahkan dunia membaca dan menulis di Tuban. Nama Gerakan Tuban Menulis dipilih sebagai komunitas yang selalu bergerak dalam dunia kepenulisan. Pastinya, sebelum melakukan aktivitas menulis seseorang harus membaca.

Saat akan melakukan deklarasi, diawali dengan menggelar pelatihan menulis buku untuk kalangan remaja dan umum. Tidak disangka peserta mencapai seratus orang. Bersama seratus orang itulah deklarasi komunitas Gerakan Tuban Menulis dilakukan. Mulai saat itulah komunitas ini mengudara dan mengisi ruang-ruang intelektual di Kabupaten Tuban yang mulanya masih cukup sepi.

Gerakan Tuban Menulis memiliki visi Menjadikan Tuban Kota Literasi di Tahun 2025. Visi yang cukup berani dengan kondisi masyarakat yang masih belum semua melek aksara. Kegiatan yang direncanakan dan diprogramkan oleh komunitas ini untuk mencapai visi cukup beragam. Salah satunya adalah pendirian rumah baca masyarakat di sekretariat komunitas tersebut. Sedangkan, kegiatan rutin yang digelar adalah Tadarus Buku, Lapak Baca, hingga Cangkrukan Literasi.

Tadarus Buku

Tadarus Buku adalah kegiatan rutin mengkaji buku yang diperuntukkan untuk umum. Kegiatan ini digelar rutin setiap Sabtu sore.

Mekanismenya sederhana. Seseorang yang sudah ditunjuk sebagai pendarus diwajibkan memaparkan isi buku yang telah dibaca. Pemateri adalah anggota komunitas ataupun orang lain yang tertarik ikut dalam kegiatan tersebut. Setelah memberikan paparan tentang buku lantas terjadilah diskusi atas isi buku tersebut. Tak jarang isi dan bentuk tulisan dalam buku tersebut dikritik. Buku yang dipilih pun beragam. Karya sastra berupa novel, kumpulan cerpen hingga buku populer pun dibahas. Setelah melakukan tadarus buku, pendarus diberikan kewajiban untuk menulis ulasan dari tadarus tersebut. Tulisan itu lalu diunggah di situs tubanliterasi.com. Situs itulah yang dikelola bersama-sama oleh komunitas ini.

“Dalam tadarus buku ini tidak diperlukan banyak orang. Namun, kerutinan yang kami jaga. Bahkan, bila harus dua orang saja yang datang tetap kita mulai. Diskusi buku memang banyak ditinggalkan. Sebab, orang sudah banyak beralih dengan menggunakan gawai. Jadi, adanya tadarus buku ini cukup memberikan warna dalam dunia literasi di Tuban,” kata penanggung jawab Tadarus Buku, Zubaidi.

Menurut Zubaidi, tadarus buku bisa menjadi rule model dalam pembelajaran di sekolah maupun di univeristas. Sebab, setiap orang memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan satu buku. Kemudian, orang tersebut bertanggungjawab atas isi buku yakni dengan cara memberikan pemaparan pada orang yang tergabung dalam diskusi buku itu. Proses membaca buku lalu dilanjutkan dialog tentang isi buku justru membawa iklim tersendiri. Terjadi proses pemikiran dan permenungan atas karya seseorang. Dari tadarus buku inilah juga terjadi pendalaman atas perkara atau isu yang sedang beredar pada media massa. Zubaidi menambahkan, dari hasil diskusi itu ditulis dalam sebuah media yang dimiliki komunitas ini yakni tubanliterasi.com.

Lapak Baca

Lapak baca mulanya adalah becak baca. Sebuah istilah untuk memancing penasaran bagi orang yang enggan membaca buku. Lapak baca adalah sebuah lapak yang berisikan buku bacaan. Sebagaimana kondisi lapak. Lapak lebih banyak dikenal untuk para penjual kaki lima yang membawa lapaknya di trotoar. Bentuk lapak pun beragam. Kadang, ada yang menggunakan rombongan. Ada pula yang hanya membeber tikar

lalu ditaruhlah barang dagangannya. Lapak Baca tak jauh berbeda dengan lapak pada umumnya. Yakni, membeber tikar lalu dipajanglah buku-buku bacaan. Buku-buku itu boleh dibaca di tempat dan boleh di bawa pulang.

Lapak Baca yang digagas oleh Gerakan Tuban Literasi ini digelar setiap sepekan sekali. Yakni, saat Minggu pagi Car Free Day (CFD) di seputaran GOR Tuban. CFD yang menjadi pusat kegiatan masyarakat saat minggu pagi itu mulanya hanya tempat orang olahraga dan pusat jualan jajanan dan pakaian. Namun, kehadiran Lapak Baca memberikan oase baru. Yakni, orang diberikan kesempatan untuk menambah gizi otaknya melalui buku bacaan.

“Buku ini kami sediakan dari perpustakaan komunitas yang ada di sekretariat. Buku boleh di pinjam tanpa mereka harus membayar dan menjamin. Buku itu bacaannya pun beragam. Mulai buku yang berbau filsafat hingga novel romantika remaja. Ini cara kami untuk membentuk masyarakat agar sadar terhadap literasi. Kadang, untuk mendapatkan buku cukup sulit atau malas mengakses. Maka kami menyediakannya untuk masyarakat,” kata penanggungjawab Lapak Baca, Ah Laksana.

Laksana melanjutkan, para peminjam buku juga kami sediakan ruang bertemu di dunia virtual. Yakni, melalui grup whatsapp. Dari grup inilah diskusi online terjadi. Dengan begitu, masyarakat bisa teredukasi. Tak jarang dalam grup ini juga mendiskusikan tentang berita ataupun informasi yang disediakan oleh media massa.

Cangkru’an Literasi

Konsep Cangkru’an Literasi ini sederhana saja. Digelar di sebuah gedung atau di kedai kopi. Harapannya bisa menggaet masyarakat yang ingin bergabung dalam dunia literasi. Cangkru’an sebagaimana maknanya. Selalu berbau santai dan tidak menegangkan. Dari Cangkru’an berasal dari bahasa jawa yang memiliki arti berkumpul. Biasanya, cara berkumpul ini dilakukan di sebuah kedai kopi atau warung. Pembahasan saat cangkru’an pun bermacam-macam mulai hal serius sampai yang tidak serius.

Adanya berkumpul dengan santai inilah lalu dipadukan dengan unsur keliterasian. Yakni, dengan mendatangkan narasumber atau

pemantik diskusi. Diselingi lagu dan ditemani kopi. Sehingga, suasana cangkru'an serasa hidup dengan adanya pemantik diskusi. Begitu juga suasana diskusi tidak lagi monoton. Sebab, diskusi sudah tidak lagi seperti sebuah seminar besar. Sebab, peserta dengan mudah berdekatan dengan pemateri. Begitu juga para pemateri cukup dekat dengan para pesertanya.

Penyelenggaraan cangkru'an literasi ini sebuah sekali. Sehingga, itu pun dilakukan saat Sabtu di awal atau di akhir bulan. Dengan diadakan sebulan sekali ini menurut Mutholibin, Ketua Gerakan Tuban Menulis, sebagai cara untuk mengajak masyarakat bisa paham akan dunia literasi. Termasuk literasi media yang saat ini sangat diperlukan.

“Ini memang program baru. CL ini sebagai media untuk mengajak masyarakat di dunia nyata bertemu. Sebab, kami juga ada anggota yang berada di ruang maya. Yakni melalui grup facebook atau fanpage. Selain itu juga grup whatsapp. Adanya CL ini sebagai cara untuk bertemu mereka yang hanya berteman di dunia maya. Dengan begitu, penetrasi literasi media bisa masuk pada orang-orang yang turut hadir dalam CL tersebut,” kata Mutholibin.

Peran Komunitas Literasi Dalam Pengembangan Literasi Media

Pada penelitian ini ditemukan peran komunitas Gerakan Tuban Menulis adalah bagian dari sebuah arena produksi kultural. Selain itu, dalam komunitas ini pun muncul adanya habitus hingga agen. Habitus adalah proses panjang, logika permainan, sikap, sebuah masa lalu yang sekarang suatu agen (bisa individu atau komunitas, yang tidak selalu harus disadari) di dalam situasi-situasi spesifik. Habitus adalah penghasil praktik-praktik kehidupan sejalan dengan struktur sosial (objektif) yang membentuknya (Haryatmoko, 2010: 14).

Jadi agen tidak hanya sekedar ‘pengemban’. Begitu juga anggota dalam komunitas ini menjadi bagian integral dunia sosial, anggota menjadi struktur itu sendiri. Para anggota dan individu itu bertindak di ruang sosial yang konkret, yakni di dalam arena. Karena proses pembentukan sosial apapun distrukturkan melalui serangkaian hubungan atau relasi arena. Relasi setiap arena dengan arena yang lain terorganisasi secara hierarkis (arena ekonomi, arena pendidikan, arena politik, arena kultural dan sebagainya) yang mempunyai relasi-relasi kekuasaannya sendiri,

yang terlepas dari kaidah politik dan kaidah ekonomi, kecuali dalam kasus arena ekonomi dan arena politik itu sendiri. Kendati setiap arena relatif otonom, namun secara struktural tetap homolog satu sama lain (Johsson: 1993)

Praktik kultural yang dilakukan oleh anggota komunitas Gerakan Tuban Menulis tidak lepas dari adanya arena dan modal-modal lain yang dimiliki setiap anggota. Dalam praktik kultural itulah terjadi sebuah dialog antara anggota komunitas satu dengan komunitas lainnya. Sehingga muncul pertukaran linguistik di dalamnya.

Bila pengertian literasi media menurut Aufderheide dalam Eisenbergh (2004:7- 8) adalah kemampuan dari seseorang untuk mengakses, menganalisis dan mereproduksi informasi untuk hasil tertentu. Literasi media memang diakui dampaknya dari berbagai media antara lain yaitu : televisi, radio, gambar bergerak, music recorder, Koran dan majalah yang ada pada kehidupan sehari-hari. Dengan begitu, peran komunitas Gerakan Tuban Menulis bisa memberikan sebuah budaya baru di masyarakat.

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan tentang peran komunitas literasi dalam mengembangkan literasi media di Tuban dalam penelitian ini difokuskan pada komunitas Gerakan Tuban Menulis ini memiliki peran penting. Sebab, yang dilakukan oleh Gerakan Tuban Menulis adalah praktik kultural. Bahkan, tak hanya sebuah event saja yang dilaksanakan tapi juga berupa produk tulisan yang diunggah dalam sebuah situs media sosial. Selain itu, komunitas ini juga memiliki website tubanliterasi.com sebagai pemberi pengaruh terhadap derasnya arus informasi di Tuban.

Adanya interaksi antara pembaca dan pengelola komunitas ini terjadi sebuah komunitas. Dengan begitu, pesan yang ingin disampaikan oleh komunitas ini cukup memberikan bukti dalam mengembangkan literasi media. Dari hasil pengamatan, para anggota memiliki peran yang berbeda-beda. Sebab, mereka dapat dikelompokkan memiliki kemampuan literasi terbuka, kemampuan literasi terbatas, dan kemampuan literasi tertutup.

Daftar Rujukan

Buku:

- Baran, Stanley J. 1999. *Introducing to Mass Communication Media Literacy and Culture*. California, California : Mayfield Publishing Company
- Bourdieu, Pierre. 1993. *Arena Produksi Kultural : Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*. Yogyakarta : Kreasi Wacana
- Cholil Mansyur, M. 1987. *Sosiologi Masyarakat Kota Dan Desa*, Surabaya: Usaha Nasional
- Haryatmoko, 2010, *Dominasi Penuh Muslihat (Akar Kesehatan dan Dominasi)*. Jakarta: PT Gramedia
- Johnson, 1993, Editor Introduction Pierre Bourdieu on Art, Literature and Culture dalam Pierre Bourdieu, 1993, *The Field of Cultural Production. Essay on Art and Literature*, Polity Press, Cambridge. Hal 7 Diterjemahkan ke dalam versi Indonesia oleh Yudi Santosa, Kreasi Wacana, tahun 2010.
- Jolliffe, D. & Farrington, D.P. (2006). Examining the relationship between low empathy and bullying. *Aggressive Behavior*, 32, 540-550.
- Kuder, S.J., Hasit, C. (2002) *Enhancing literacy for all students*. Pearson Education, Inc. New Jersey, USA.
- Koentjaraningrat. 2014. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Moleong, M.A. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Potter, W. 2014. *Media Literacy – 7th ed*. USA: SAGE Publications, Inc Rochimah

Rochimah, T. H. (2011). Gerakan Literasi Media: Melindungi Anak-Anak dari Gempuran Pengaruh Media. In D. Herlina, Gerakan Literasi Media Indonesia (pp. 18-36). Yogyakarta: Rumah Sinema.

Soekanto, Soerjono. 1983. Teori Sosiologi tentang Perubahan sosial. Surabaya : Ghalia Indonesia

Soenarno,2002, Kekuatan Komunitas Sebagai Pilar Pembangunan Nasional,makalah disajikan pada Seminar Nasional – Kekuatan Komunitas sebagai Pilar Pembangunan, Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah, Jakarta 24 April 2002.

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada

Wenger, Etienne et al. 2002. *Cultivating Communities of Practice*. Harvard Business School Press

Jurnal:

Reny Triwardani, 2010, Pembreidelan Pers di Indonesia dalam Perspektif Politik Media. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 7, nomor 2, Desember 2010.

Kukuh Yudha Karnanta . Paradigma Teori Arena Produksi Kultural Sastra: Kajian Terhadap Pemikiran Pierre Bourdieu. Jurnal Poetika Vol. 1 No. 1. Juli 2013

Webiste:

[http://id.wikipedia.org/wiki/literasi media](http://id.wikipedia.org/wiki/literasi_media). diakses 9 Maret 2017 pukul. 15.10

Judhita, Christiany. (2013). Literasi Media Pada Anak Di Daerah Perbatasan Indonesia Dan Timor Leste.Jurnal IPTEK Komunikasi.15 (1).47-62.
http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/bppkiyogyakarta/files/2013/07/04_ArtikelChristianyJuditha-Juni-2013.pdf. Diakses pada Jumat, 9 Maret 2017, 10:47 WIB

Komunikasi Humor pada Berita Hoax di Media Sosial

Oleh:

D. Jupriono, Hamim, Arief Darmawan

Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya; WA 085761497978

surel: juprion@untag-sby.ac.id; hamim@untag-sby.ac.id; arif@untag-sby.ac.id

Abstrak

Selain sisi negatifnya yang sanggup menebar salah paham dan prasangka, bahkan memicu *bullying*, keresahan, dan konflik sosial, ternyata berita bohong (*hoax*) di media sosial juga memiliki sisi positif. Dalam perspektif teori humor, berita hoax pada media sosial memiliki kemungkinan mengirimkan: (1) **pesan-pesan jenaka *self-enhancing***, yang menertawakan kebodohan diri sendiri, (2) **pesan-pesan afiliatif**, yang menyatukan pihak-pihak yang berbeda-beda dan tengah memperuncing konflik), dan juga (3) **pesan-pesan *self-defeating***, yang melakukan perlawanan balik terhadap *bullying* verbal-agresif. Begitulah, berita-berita bohong, yang sering mengatasnamakan institusi-institusi publik-resmi, terbukti tidak melulu mengacaukan harmoni sosial. Bahkan, sampai batas-batas tertentu, jika dilihat dari fungsi sosialnya lebih lanjut, pesan-pesan jenaka berita hoax ternyata juga berkemungkinan mengandung setidaknya dua fungsi konstruktif. Pertama, ia dapat menegaskan eksistensi dan identitas suatu kolektif. Kedua, ia juga dapat mengirim pesan-pesan kritik dan kontrol sosial-politis kepada kelompok-kelompok dominan-koersif yang sedang berkuasa.

Kata-kata kunci: komunikasi humor, media sosial, pesan afiliatif, kritik sosial, identitas kolektif

Pendahuluan

Hingga Januari 2017, pengguna aktif media sosial di Indonesia, menurut statistik *Wed Are Social*, mencapai 106 juta, atau sekitar 40% dari total penduduk. Merekalah sasaran penggiringan opini melalui penyebaran berita bohong. Hampir seluruh timeline media sosial dibanjiri informasi, baik berita benar maupun hasutan hoax (Dahwilani, 2017). Maraknya media sosial ini di masyarakat menjadi ladang sangat subur bagi merebaknya berita bohong (*hoax*).

Hoax sengaja dibuat untuk menyamarkan kebenaran. Kesalahan dalam observasi atau membuat penilaian, rumor dan *urban legend* tidak termasuk hoax. Hoax sengaja dibuat untuk menipu pembaca atau pendengarnya untuk mempercayai sesuatu dan menggiring opini mereka agar mengikuti kemauan pembuat hoax. Penyebaran hoax menggunakan pendekatan *social engineering*, yaitu manipulasi psikologis dari seseorang dalam melakukan aksi atau menguak suatu informasi rahasia. *Social engineering* umumnya dilakukan melalui telepon atau internet dan yang paling mudah dilakukan melalui media sosial. (Amoinews.com, 2017; Dahwilani, 2017).

Sebagai sebuah ketidakjujuran, hoax merebak luas bagai bola salju yang bergulir saat Pilkada berlangsung. Akan tetapi, setelah Pilkada usai pun hoax tetap tumbuh. Hal ini patut membuat banyak pihak prihatin sebab hoax berdampak sangat negatif. Hoax sanggup memerosotkan kemampuan analisis dan menalar seseorang, sehingga mudah menyulut emosi negatif, seperti panik, marah, takut, cemas, sedih. Emosi yang dominan, tanpa diimbangi rasio, cenderung mendorong seseorang untuk cepat merespons tanpa berpikir panjang (Dahwilani, 2017). Dampak lanjutannya sangat berbahaya: konflik sosial dan pembunuhan! (*Jawa Pos*, 31 Maret 2017). Maka, dapat dipahami bahwa banyak pihak merasa perlu untuk mendeklarasikan sebuah gerakan masyarakat anti dan siap memerangi berita hoax. Pada Minggu, 8 Januari 2017 di tujuh kota (Semarang, Jakarta, Surabaya, Bandung, Jogjakarta, Solo, Wonosobo) digelar Deklarasi Masyarakat Antiberita Hoax (amoinews.com, 2017).

Baiklah, sudah begitu banyak gerakan antihoax dan diskusi soal dampak buruk hoax. Yang belum dibahas orang adalah sisi jenaka berita hoax di media sosial. Begitulah, tanpa bermaksud memandang sebelah

mata dampak negatif berita hoax, makalah ini sengaja membahas komunikasi humor yang terjadi dalam berita hoax di media sosial.

Selanjutnya, diskusi ini akan dicari rujukannya dalam fungsi komunikasi. Terdapat empat jenis fungsi komunikasi: komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental (Gorden dlm. Mulyana 2008). Keempat fungsi hampir selalu berkaitan (tumpang tindih), tetapi dalam satu peristiwa komunikasi suatu fungsi lazim lebih dominan daripada fungsi-fungsi lain, yang dalam diskusi ini adalah komunikasi sosial. Komunikasi sosial berguna untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindari dari tekanan dan ketegangan, karena komunikasi sosial akan memupuk hubungan dan menghibur orang lain.

Komunikasi sosial terlihat dominan dalam penggunaan media sosial, termasuk WA. Menghibur adalah salah satu tujuan komunikasi sosial. Menghibur akan menyentuh *sense of humor* sesama. Meskipun demikian, dalam perspektif teori humor, fungsi humor bukan hanya sarana untuk menghibur dan menyegarkan suasana, melainkan juga menyalurkan perasaan seseorang, sebagai sarana aktualisasi diri, sebagai sarana rekreasi, dan juga untuk menjalin interaksi sosial antarsesama, bahkan sebagai media kritik dan protes sosial (Rahmanadji 2007; Rakhmat, 2011).

Komunikasi yang menghibur, komunikasi humor, atau komunikasi jenaka (Mulyana 2006; 2010) dapat berada dalam berbagai bentuk. Berdasarkan bentuk yang digunakan, komunikasi jenaka dibedakan atas: humor (teks) verbal, yang berupa teks bahasa, humor visual (gambar), yang berupa gambar, foto, kartun, karikatur, dan humor auditif berbentuk bahasa lisan, atau suara musik. Berdasarkan pokok persoalan (*subject matter*) yang diangkat, komunikasi jenaka dapat dibedakan ke dalam: humor politis, humor seks., humor sadis, dan humor teka-teki. (Rahmanadji 2007).

Terdapat tiga teori utama tentang humor: *superiority theory*, *relief tension theory*, dan *incongruity theory* (Rahmanadji, 2007; Martin, 2009). Menurut *Teori Superioritas (Superiority Theory)*, humor seringkali dimanfaatkan untuk mentertawakan orang lain. Humor yang mengekspresikan superioritas merupakan sebuah mekanisme kontrol atau bentuk resistensi. Dalam pandangan *Relief Tension Theory*, humor

digunakan untuk mengurangi ketegangan atau stress, humor berfungsi *relief*, yang menjalankan negosiasi atau mediasi melalui pengurangan ketegangan dan meningkatkan kepercayaan di antara pihak-pihak yang berinteraksi. Seperti mimpi, humor memungkinkan obsesi terlarang muncul ke permukaan. Dalam *relief humor* terdapat dua sifat: pertama, menyembuhkan dengan membiarkan ketegangan dan energi dilepaskan; kedua, melancarkan perlawanan samar terselubung, sebuah representasi pembangkangan terhadap penguasa, dan pembebasan dari sebuah tekanan. Sementara itu, *Incongruity Theory memandang humor hadir saat* ada sesuatu yang tidak lazim, irasional, *paradoks*, tidak koheren, keliru, tidak konsisten dengan logika yang digunakan dalam mempersepsi sebuah peristiwa. Humor didasarkan pada aspek kongnisi seseorang, karena melibatkan persepsi individual terhadap peristiwa, orang, atau simbol. (cf. Ruch, 2008; Mulyana, 2010).

Berdasarkan ketiga teori utama tersebut, pesan-pesan yang mungkin ditangkap dari berita hoax dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelompok. Pertama, pesan-pesan verbal-agresif yang merendahkan dan mengecilkan pihak lain. Kedua, pesan-pesan jenaka *self-enhancing*, yang menertawakan kebodohan diri sendiri. Ketiga, pesan-pesan afiliatif, yang menyatukan pihak-pihak yang berbeda-beda dan tengah memperuncing konflik). Keempat, pesan-pesan *self-defeating*, yang melakukan perlawanan balik terhadap *bullying* verbal-agresif. (Martin, 2009).

Kajian humor dalam level sosial, menjelaskan tentang bagaimana fungsi humor dalam masyarakat. Dalam kajian ini terdapat asumsi bahwa bila humor menciptakan sebuah fungsi, maka akan muncul sebuah disfungsi sebagai sebuah ‘akibat’. Hal tersebut diistilahkan sebagai *paradox of humor*. Terdapat dua pasang fungsi humor dalam masyarakat yang saling bertentangan yaitu: identifikasi dan diferensiasi serta kontrol dan resistensi.

Metodologi

Kajian ini mengikuti prinsip metode analisis data kualitatif, khususnya analisis isi teks (*content analysis*), khususnya analisis sarana tanda (*sign-vehicle*) (Bungin 2015). Analisis ini dipilih untuk mengklasifikasikan isi pesan melalui sifat psikofisik tanda yang muncul

dalam media sosial WA. Sumber data teks yang isi pesannya akan dikaji bersumber pada teks-teks yang muncul dalam lima WA komunitas: SPG'84 Jaya!!!, FISIP Untag Sby, Group Salat Malam (GSM)-2, dan Kopi Bernalar. Kurun waktu yang diikuti adalah 2016--2017.

Adapun langkah konkret analisis data humor sebagai berikut. Pertama, menentukan jenis pesan dari berita hoax sebagai sebuah bentuk komunikasi humor; penentuan ini didasarkan pada empat klasifikasi yang dilakukan oleh Martin (2009). Kedua, memberikan eksplanasi teoretis dari perspektif tiga teori utama humor (Superioritas, Relief Tension, Incongruity). Ketiga, menjelaskan fungsi-fungsi sosial yang mungkin dapat diberikan oleh humor berita-berita hoax. Ketiga, memberikan penjelasan teoretis dari perspektif tiga teori utama humor.

Hasil & Pembahasan

Pesan-pesan dari Berita Hoax

Berita hoax humor mengirimkan pesan-pesan agresif. Agresivitas pesan ini tidak tampak karena dibungkus dalam komunikasi berbentuk humor. Komunikan (penonton, pembaca) dalam hal ini diposisikan sebagai pihak yang “menertawakan kebodohan atau nasib sial” orang lain (yang kurang disukai). Perhatikan berita hoax (1):

(1) AHOK PECAT “PEGAWAI” RENDAHAN

Gubernur DKI Ahok mendadak sidak ke salah satu kantor di SKPD DKI di Jakarta Timur untuk mengecek kinerja pegawai-pegawainya. Ia melihat seorang pria muda sehat dan segar tengah bersandar santai, sementara di ruangan itu semua pegawai sibuk bekerja. Lalu, Ahok segera menghampiri pria itu dan bertanya:

“Berapa gaji lo dapat sebulan?”

Dengan sedikit gugup pria itu menatap Ahok dan menjawab, “Pendapatan saya sekitar 2 juta, Pak...”

Lalu Ahok mengeluarkan dompetnya dan mengambil lembaran-lembaran pecahan 100 ribuan, kemudian menyerahkan kepada pria itu sambil berkata:

“Ini gaji lo 3 bulan ke depan, dan ini 6 juta pesangon lo... cepat lo pergi dari sini dan ... awass lo jangan balik lagi! Elo gue pecat!!!”

Dengan gugup dan setengah takut pria itu segera meninggalkan tempat itu tanpa banyak bicara.

Lalu dengan muka kecut, seram, dan dibikin berwibawa, Ahok melangkah mendekati pegawai yang sejak tadi menyaksikan adegan tersebut dan berkata:

“Itulah nasib karyawan yang sukanya santai-santai. Di Pemda DKI ini gak ada toleransi, gua berentiin mulai sekarang juga, tidak ada tawar-menawar!!! Emang Pemda DKI ini milik nenek moyang lo?!! Semua harus kerja kerja dan kerja. Gua gak mau dengar alasan elu semua!”

Kemudian, “Ooh yaa ... Elu semua ada yang tau gak, pemuda yang brengsek tadi itu kerja di bagian mana? Tolong cepat jelaskan...!!” tanyanya.

Suasana jadi hening, sampai akhirnya salah seorang staf menjawab dengan sangat ketakutan: “Dia gak kerja di sini, Pak. Dia Mukidi, tukang bubur yang lagi nunggu mangkoknya, Pak ...”

Di manakah letak pesan-pesan humor-agresifnya? Humor berita hoax (1) dapat dilihat dari dua sisi; keduanya sama-sama agresif. Pertama, dari sisi Ahok sebagai komunikator. Semua pernyataannya dapat dirasakan sebagai sebuah bentuk komunikasi yang mengirimkan pesan-pesan verbal agresif yang merendahkan orang lain (pemuda tukang bubur). Kedua, dari sisi pembaca humor berita hoax sebagai komunikan. Jelas sekali pembaca akan senyum, geli, dan memandang Ahok sebagai pihak yang harus “disyukuri” (“rasain lu...!). Ahok menjadi objek bulan-bulanan humor para pembaca berita hoax.

Teks humor berita hoax juga mengirimkan pesan-pesan yang *self-enhancing*, yang menertawakan kebodohan diri sendiri. Pembaca (komunikan) dalam hal ini adalah “korban” yang cukup bijaksana dalam sebuah *ending* yang sanggup menertawakan diri sendiri. Perhatikan humor berita hoax (2):

(2) PERHATIAN! PERHATIAN!! 20 BANK BESAR AKAN DITUTUP

Dari Kementerian Keuangan dan Moneter....

Dollar sudah menembus 14.718! Krisis memuncak dan bersiaplah untuk situasi terburuk. Perhatikan: 20 bank nasional akan ditutup!

Bercermin dari negara Yunani yang menuju bangkrut, tidak ada salahnya mencermati berita berikut:

DAFTAR BANK YANG AKAN DITUTUP

Kepada rekan-rekan yang punya simpanan di bank di bawah ini agar berhati-hati karena menurut info dari PCSBSI Pusat, bank-bank berikut akan ditutup, sehubungan dengan krisis global dan meningkatnya utang negara kita.

Berikut daftar bank yang akan ditutup:

1. Bank Bukopin
2. Bank BRI
3. Bank Mandiri
4. Bank BTN
5. Bank Danamon
6. Bank BCA
7. Bank BII
8. Bank Permata
9. Bank Niaga
10. Bank Agro
11. Bank ABN
12. Citibank
13. Bank HSBC
14. Bank Panin
15. Bank Standard Chartered (BSC)

16. Bank BNI 46

17-19. Bank Jatim, Bank Bali, Bank Banten

20. seluruh Bank Syariah

Bank-bank tersebut akan ditutup setiap hari pukul 17.00 dan akan dibuka kembali esok pagi pukul 08.00 setelah dibersihkan.

Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan, agar semua nasabah menjadi maklum.

ttd

PCSBSI

(Persatuan Cleaning Service Bank-bank Seluruh Indonesia)

Kehidupan orang modern tidak bisa dipisahkan dengan bank. Maka, siapa pun yang membaca teks ini bagian awal akan panik mengingat ini menyangkut “hidup dan mati” usahanya. Akan tetapi, pada bagian akhir orang akan tersenyum, lalu mungkin juga sedikit kesal karena merasa dipermainkan. Di sinilah humor berita hoax ini sanggup membuat pembacanya *self-enhancing*, menertawakan kebodohan diri sendiri.

Berikutnya, humor berita hoax juga bisa mengandung pesan-pesan afiliatif, yang menyatukan pihak-pihak yang berbeda-beda dan tengah memperuncing konflik. Perhatikan data (3):

(3) SERUAN BERSAMA SEMUA ORMAS ISLAM MENJELANG PUASA RAMADHAN

Alhamdulillah ...

Akhirnya tidak ada lagi perbedaan. Sudah tercapai kesepakatan bulat antara PP Muhammadiyah, PBNU, Persis, Kementerian Agama, dan MUI Pusat, bahwa berbuka puasa harus menunggu adzan mahgrib berkumandang.

Kita bersyukur karena semua golongan dan aliran lebih mengedepankan ukhuwah islamiyah daripada ego-ego sektarian.

Sejak awal harus dipahami bahwa maksud “menyatukan pihak-pihak yang berbeda-beda dan tengah memperuncing konflik” ini adalah bahwa untuk sementara semua pihak yang berbeda (atau berdebat sengit) pasti berhenti dan ganti menjadi tersenyum-senyum. Humor ini bermaksud menyadarkan pembaca bahwa segenting apa pun sebuah perbedaan dan pertentangan, sebenarnya selalu ada benang merah yang mempertemukan dan harus diupayakan agar selalu ada. Potensi afiliatif seperti ini mungkin saja dituduh sebagai upaya mengalihkan persoalan, bahkan mungkin tindak eskapisme: lari dari persoalan. Biarlah, yang penting, upaya mencapai titik persinggungan, usaha untuk lebih melihat persamaan dan melupakan perbedaan, sudah terjadi secara alami.

Kandungan pesan-pesan afiliatif dapat juga ditemukan dengan meresapi humor berita hoax berikut (4):

(4) HALELUYA & BISMILLAH

Presiden Jokowi memandang perlu memanggil tokoh-tokoh agama karena konflik horizontal antarpemeluk sudah mulai terasa. Romo Franz Magniz dan Habib Rizieq Shihab sama-sama ke terminal, hendak menghadiri undangan Pak Presiden. Tiba-tiba turun hujan disertai badai angin petir menggelegar. Kaget, spontan Romo Franz Magniz berkata, “Haleluyaah...!”

Habib Rizieq Shihab heran mendengar ucapan Romo Katolik itu, “Maaf, Romo, ... itu tadi bukan haleluya, tapi halilintar ...”

Sampai di terminal keduanya akan naik bis. Saat naik pintu bis, Habib Rizieq Shihab spontan berkata, “Bismillah ...”

Ganti Romo Franz Magniz yang heran, “Maaf, Habib, ... ini bukan bismillah. Ini bis kota ...”

Humor-humor berita hoax ternyata juga mengandung pesan-pesan *self-defeating*, yang melakukan perlawanan balik terhadap *bullying* verbal-agresif. Humor berita hoax (1) dapat juga dikategorikan ke dalam

kelompok ini. Sikap mementahkan terhadap persoalan serius yang diributkan umat-umat lain berikut ini (5) dapat dipandang sebagai bentuk perlawanan terhadap keharusan memenangkan perdebatan di atas umat-umat lain.

(5) UMAT MANA YANG PALING DEKAT TUHAN?

Seorang pedanda Ida Bagus Dewamantra, pastor Haryatmoko, dan Gus Mus (Mustofa Bisri) berdebat siapa yang paling dekat Tuhan.

“Jelas umat Hindhu dong. Kami biasa menyapa Tuhan dengan *Om. Om swastiatsu ... Om shanti, shanti Om...*,” kata Ida Bagus Dewa.

Pastor Haryatmoko tidak mau kalah. “Kalau itu alasannya, umat Katolik dong yang lebih dekat. Lihat saja, kami memanggilnya *Bapa*, ... Bapa kami yang ada di surga. Nah...”

Gus Mus diam, Ida Bagus Dewamantra dan pastor Haryatmoko penasaran. “Kalau Gus Mus, sedekat apa umat Islam dengan Tuhan?”

“Duuuh ... boro-boro dekat,” jawab Gus Mus, “wong manggil-Nya saja mesti teriak-teriak dari menara, pakai pengeras lagi ...!”

Berita hoax ini menyebut nama-nama yang sudah sangat akrab di telinga publik: Ida Bagus Dewamantra, Romo Haryatmoko, dan Gus Mus. Orang tidak bisa memastikan apakah memang benar-benar ini terjadi, ataukah hanya imajinatif cerdas dari penciptanya kali pertama (entah siapa, Jupriono, 2009). Lebih penting untuk ditekankan di sini, bahwa humor ini helancarkan kritik keras terhadap kecenderungan umat beragama untuk selalu mengkalim diri sebagai “yang paling dekat dengan Tuhan” sekaligus dengan sendirinya menganggap kecil, salah, bahkan sesat atau bahkan kafir kepada umat lain. Di sinilah letak pentingnya humor-humor agama yang diharapkan bisa membuka simpul-simpul kemanusiaan yang tertutup oleh sekat-sekat sektarianisme antarumat beragama. (Ilan, 2009).

Fungsi Sosial Humor Berita Hoax

Sampai batas-batas tertentu, jika dilihat dari fungsi sosialnya, pesan-pesan jenaka berita hoax ternyata juga berkemungkinan mengandung setidaknya dua fungsi konstruktif. Pertama, ia dapat menegaskan eksistensi dan identitas suatu kolektif. Kedua, ia juga dapat mengirim pesan-pesan kritik dan kontrol sosial-politis kepada kelompok-kelompok dominan-koersif yang sedang berkuasa.

Fungsi sosial pertama, menegaskan eksistensi dan identitas, sesungguhnya otomatis diemban oleh semua berita hoax. Indikatornya adalah dengan menyebut nama lembaga (bank, ormas agama, nama tokoh), dengan sendirinya eksistensinya masing-masing di sisi satu sedang diakui sekaligus identitasnya dipertegas dengan diperhadapkan kepada lembaga atau tokoh lain. Perhatikan lagi contoh berikut (6):

(6) MAHASISWA UNAIR TEMUKAN VIRUS BARU

Tiga orang mahasiswa Kedokteran Unair berhasil menemukan virus baru melalui risetnya sepanjang 1 tahun belum lama ini. Virus tersebut tidak sangat berbahaya (tidak mematikan) tetapi cukup mengganggu kenyamanan tubuh. Virus ini biasa menyerang kulit tipis ari, utamanya kulit pantat anak-anak. Jika menyerang, kulit pantat akan terasa gatal, kadang kulit menjadi merah-merah dan sedikit perih.

Virus dimaksud banyak ditemukan di pantai mana pun yang berpasir lembut. Nama virus ini adalah *Little Bond Sier*. Dibaca: Li-Tel-Bon-Sir ... Silite Gatel Kelebon Pasir....

Terlepas dari apakah benar-benar mahasiswa Unair menemukannya itu, bukan itu masalahnya. Yang jelas Unair sebagai lembaga telah disebut. Humor ini menegaskan keberadaan (eksistensinya) di antara kampus-kampus PTN/PTS lain di Indonesia. Identitasnya terbangun dengan menyandingkan secara imajinatif dengan kampus-kampus lain (yang tidak disebutkan).

Fungsi sosial kedua adalah melancarkan kritik sosial. Pada humor berita hoax (1) jelas sekali itu sebuah kritik yang satiris kepada Ahok sebagai penguasa yang dianggap otoriter. Begitu juga humor (3): kritik sosial ditujukan kepada ormas-ormas Islam (PP Muhammadiyah, PBNU,

Persis, Kementerian Agama, dan MUI Pusat) yang hingga sekarang belum dapat menghapus kesan berbeda/berseberangan di mata umatnya. Maka, sebenarnya kritik yang disampaikan oleh humor berita hoax ini jelas konstruktif.

Selanjutnya perhatikan, humor berita hoax berikut (7):

(7) AIR KELAPA DAPAT GANTIKAN BENSIN

Seorang siswa SMK Otomotif di Boyolali, yang pernah sukses mendesain mobil Esemka, berhasil menemukan bahan bakar pengganti bensin dengan bahan dasar air kelapa. Caranyapun relatif mudah:

- a. Tuangkan air kelapa kedalam botol, kemudian diamkan sekitar 2 jam.
- b. Masukkan botol kedalam tas kemudian tutup rapat, hindarkan dari sinar matahari
- c. Nyalakan mobil/motor anda dan berkendara seperti biasa hingga bensin di motor anda habis
- d. Pada saat bensin motor/mobil anda habis, gunakan air kelapa yang sudah disiapkan tadi untuk anda minum, kemudian doronglah mobil/motor anda sampai SPBU terdekat, atau sampai tujuan. Bensin hemat, badanpun sehat!

Untuk lebih meningkatkan nilai OKTAN daya dorong, tambahkan *cincau*, *cendol*, dan *sirup cocopandan*. Bisa juga ditambahkan *gorengan-gorengan*. Selamat mencari SPBU dan jangan lupa pakailah sedotan!

Di manakah letak fungsi sosial kritiknya? Konteks sosial humor ini adalah decak kagum rakyat Indonesia saat Jokowi memperkenalkan mobil Esemka karya siswa-siswa STM Otomotif di Boyolali, Jawa Tengah pada 2014. Akhirnya, publik dibuat kecewa karena kemudian terungkap dalam kabar tak sedap bahwa mobil Esemka ternyata buatan China. Maka humor berita hoax (7) ini sekaligus kritik atas janji-janji manis Jokowi yang pernah hendak menasionalkan mobil Esemka dan lalu sampai sekarang hilang tak terdengar kelanjutannya. (www.globalmuslim.web.id/2014/04/kedustaan-jokowi-terungkap-ternyata.html).

Pada titik inilah pembaca menertawakan kegagalan tokoh besar sekelas presiden, setidaknya dalam perspektif *Superiority Theory*, begitulah. Sementara, dalam pandangan *Relief Tension Theory*, humor (7) digunakan untuk fungsi *relief*, yang seperti mimpi, yang memungkinkan obsesi terlarang (menertawakan presiden) muncul ke permukaan. *Relief humor* (7) melancarkan perlawanan samar terselubung, sebuah representasi kritik sosial terhadap kegagalan penguasa. (Rahmanadji, 2007; Martin, 2009). *Incongruity Theory* memandang humor (7) hadir saat ada sesuatu yang tidak lazim, irasional, paradoks (*wong bensin kok diganti dengan air kelapa!*), tidak koheren, keliru, tidak konsisten (janji-janji seorang pemimpin) dengan logika yang digunakan dalam mempersepsi sebuah peristiwa. Humor didasarkan pada aspek kongnisi seseorang, karena melibatkan persepsi individual terhadap peristiwa—dalam hal ini bensin hendak diganti dengan air kelapa--orang, atau simbol. (cf. Ruch, 2008; Mulyana, 2010).

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di muka, dapat ditarik simpulan-simpulan berikut. Pertama, selain sisi negatifnya, ternyata berita bohong (*hoax*) di media sosial juga memiliki sisi positif. Dalam perspektif teori humor, berita hoax pada media sosial memiliki kemungkinan mengirimkan: pesan-pesan jenaka *self-enhancing*, yang menertawakan kebodohan diri sendiri, pesan-pesan afiliatif, yang menyatukan pihak-pihak yang berbeda-beda dan tengah memperuncing konflik), dan juga pesan-pesan *self-defeating*, yang melakukan perlawanan balik terhadap *bullying* verbal-agresif. Sampai batas-batas tertentu, jika dilihat dari fungsi sosialnya lebih lanjut, pesan-pesan jenaka berita hoax ternyata juga berkemungkinan mengandung setidaknya dua fungsi konstruktif. Pertama, ia dapat menegaskan eksistensi dan identitas suatu kolektif. Kedua, ia juga dapat mengirim pesan-pesan kritik dan kontrol sosial-politis kepada kelompok-kelompok dominan-koersif yang sedang berkuasa.

Akhirnya harus diakui bahwa kajian ini memiliki banyak kelemahan. Pertama, data yang dihadirkan sangat terbatas. Maka, diharapkan pada riset berikutnya data ditambah, diperluas. Kedua, pembahasan dari perspektif teori humor belum sepenuhnya dilakukan secara mendalam. Setidaknya dari ketiga teori (*Superiority Theory*, *Relief*

Tension Theory, Incongruity Theory) belum dipilah secara tegas yang manakah sesungguhnya yang cocok untuk suatu data, dan mana yang tidak. Kemudian, hendaknya dikomparasikan. Kelemahan lain pastilah masih banyak, tetapi diserahkan kepada kearifan pembaca ...

Daftar Rujukan

- Bungin, B. 2015. *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, ilmu sosial lainnya*. Ed. II. Jakarta: Prenada Media Group.
- Brown, A. 2015. WhatsApp rival Line messenger launches brand-new social network. www.express.co.uk/life-style/science-technology/623696/WhatsApp-LINE-Messenger-Takes-Social-Network (akses 29 Des 2015).
- Cangara, H.H. 2012. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dahwilani, D.M. 2017. Mengenal Hoax di Media Sosial. <https://autotekno.sindonews.com/read/1183836/133/mengenal-hoax-di-media-sosial> (Akses 29 Februari 2017)
- Ilan, T. 2009. The joke in Rabbinic literature: Home-born or diaspora humor? In *Humor in Arabic Culture*. Tamer, G. (ed.). (hal. 57-75). New York: Walter de Gruyter.
- Jawa Pos, 26 Maret 2017. *Kasuistika: Maraknya Kabar Penculikan Anak: Waspada tapi Tetap Bijak, Jangan Main Hakim Sendiri*, hal. 28.
- Jawa Pos, 26 Maret 2017. *Kasuistika: Bisa Buru Penyebar Kabar Hoax*, hal. 28.
- Jawa Pos, 31 Maret 2017. *Sebarkan Berita Bohong, Guru BK Disidang Warga*, hal. 14.
- Jawa Pos, 31 Maret 2017. *Tewas Karena Hoax Penculikan, Korban Maman Sosok Ramah dan Supel*, hal. 14.

- Jupriono, D. 2009. Wacana Humor Gus Dur dalam Perspektif Tindak Tutur. <http://sastra-bahasa.blogspot.com> (akses 29 Des 2015).
- Jupriono, D. 2010a. Revitalization of Parikan Oral Tradition in Secondary Orality Era. Kertas kerja *The 2nd International Symposium on Urban Studies: Arts, Culture and History*. Unair Surabaya, 23 Januari 2010.
- Jupriono, D. 2012. Mengenal Bahasa Lawak Jawa. <https://sastra-bahasa.blogspot.co.id/2012/12> (akses 29 Des 2015).
- Jupriono, D. 2013. Apresiasi-Reinterpretasi Lelucon Etnis Madura dalam Perspektif Persatuan Bangsa. Dlm. *Prosiding Seminar Nasional Pancasila: Pluralisme Transendental Nilai dalam Kehidupan Bermasyarakat, Berbangsa, dan Bernegara*. B. Koesbandrijo (ed.) (hal. 221-242). Surabaya: LPPKL Untag Surabaya.
- Jupriono, D. 2013a. Wacana Humor Agama di Indonesia dalam Perspektif Tindak Tutur. Makalah *Seminar Nasional Bahasa dan Sastra* (Senabastra) V. UTM, Bangkalan, 27 Juni 2013. <http://sastra-bahasa.blogspot.com> (akses 29 Des 2015).
- Jupriono, D., Sudaryanto, E., Hamim. 2015. Pornografi dan Erotika dalam Ramayana dan Mahabharata. *Proceeding COLALITE 2015: Pornography in Language, Culture and Literature*. Jenderal Soedirman University, Purwokerto, 21 November 2015.
- Lovorn, M.G. 2008. Humor in the Home and in the Classroom: The Benefits of Laughing While We Learn. *Journal of Education and Human Development*, 2(1).
- Martin, R.A. 2009. Humor. Dlm. Lopez, S.J. (ed.), *Encyclopedia of Positive Psychology*, hal. 503-508. London: Blackwell Publishing.
- Mendatu, A. 2013. Memahami Apa dan Bagaimana Humor. <http://mendatublog.wordpress.com/2013/01/30/memahami>. (akses 29 Des 2015).

- Mulyana, D. 2006. *Komunikasi Jenaka: Parade Anekdote, Humor, Pengalaman Konyol*. Bandung: Rosda.
- Mulyana, D. 2010. *Komunikasi Humoris, Belajar Komunikasi Lewat Cerita Dan Humor*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rahmanadji, D. 2007. Sejarah, Teori, Jenis, dan Fungsi Humor. *Bahasa dan Seni* 35(2) Agustus 2007: 213-221.
- Rakhmat, J. 2011. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruch, W. 2008. Psychology of Humor. Dlm. V. Raskin (ed.), *The Primer of Humor Research*, hal. 17-30. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Tamer, G. 2009. The Qur'an and Humor. Dlm. G. Tamer (ed.), *Humor in Arabic Culture*, hal. 3-28. New York: Walter de Gruyter.

Komunikasi Interpersonal yang Ideal Antara Orang Tua dan Anak (Studi Kualitatif Berdasarkan Surat Maryam ayat 42-48)

Oleh:

Seviyenti Fikroh dan Kristin Tri Lestari

FISIP Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

Abstrak

Berbicara tentang komunikasi, maka etika yang berlaku harus sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Berkomunikasi yang baik menurut norma agama, tentu harus sesuai pula dengan norma agama yang dianut. Bagi umat Islam, komunikasi yang baik adalah komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam Islam, etika bisa disebut dengan akhlak. Karena itu, berkomunikasi harus memenuhi tuntunan akhlak sebagaimana tercantum di dalam sumber Ajaran Islam itu sendiri, jadi kaitan antara nilai etis dan norma yang berlaku sangat erat. Selain agama sebagai asas kepercayaan atau keyakinan masyarakat, maka ideologi juga menjadi tolak ukur norma yang berlaku. Dalam Al-Qur'an banyak sekali contoh-contoh komunikasi, termasuk komunikasi interpersonal antara anak dan ayah. Salah satu contohnya adalah kisah Nabi Ibrahim. Meskipun ayahnya adalah seorang pembuat patung dan penyembah berhala, namun Nabi Ibrahim tetap menyerunya dengan lemah lembut. Ayah Nabi Ibrahim bernama Aazar. Beliau terus mengajak Nabi Ibrahim ke jalan kesesatan, yaitu menyembah berhala. Namun ia terus istiqamah meyakinkan ayahnya bahwa berhala tersebut tidak bisa menolong mereka. Nabi Ibrahim selalu menyeru ayahnya untuk meninggalkan ajaran tersebut dengan lemah lembut. Tujuan penulisan makalah ini adalah untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang ideal antara orang tua dan anak berdasarkan Surat Maryam ayat 42-48. *Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect?* Paradigma Laswell tersebut menunjukkan bahwa komponen atau unsur komunikasi yaitu: Pertama, komunikator (communicator, source, sender), atau orang yang menyampaikan pesan. Kedua, pesan (message), atau pernyataan sebagai paduan fikiran dan perasaan yang didukung oleh lambang. Lambang tersebut bisa berupa bahasa maupun lambang lain, di antaranya yaitu gerakan anggota tubuh, gambar, warna, dan sebagainya. Akan tetapi yang biasa dan lebih sering digunakan adalah bahasa, sebab bahasa dapat

menunjukkan pernyataan seseorang mengenai hal-hal, selain yang konkrit juga yang abstrak, baik yang terjadi saat sekarang, pada waktu lampau, maupun yang akan datang. Berbeda halnya dengan kemampuan lambang-lambang yang lain. Ketiga, komunikant (communicant, receiver, receipient), atau orang yang menerima pesan. Keempat, media (channel), atau sarana, saluran yang mendukung pesan bila komunikant jauh tempatnya atau banyak jumlahnya. Kelima, efek (effect, impact, influence), atau dampak sebagai pengaruh dari pesan. Gaya bahasa komunikasi yang dipakai dalam kisah-kisah orang tua dan anak setidaknya ada dua; kalimat interogatif (pertanyaan), dan kalimat imperatif (perintah dan larangan).

Kata kunci: Komunikasi Interpersonal, Surat Maryam 42-48

Pendahuluan

Etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral, yang menentukan dan terwujudnya dalam sikap dan pola perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun kelompok. Etika komunikasi akan mengandung pengertian cara berkomunikasi yang sesuai dengan standard nilai akhlak.

Berbicara tentang komunikasi, maka etika yang berlaku harus sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Berkomunikasi yang baik menurut norma agama, tentu harus sesuai pula dengan norma agama yang dianut. Bagi umat Islam, komunikasi yang baik adalah komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam Islam, etika bisa disebut dengan akhlak. Karena itu, berkomunikasi harus memenuhi tuntunan akhlak sebagaimana tercantum di dalam sumber Ajaran Islam itu sendiri, jadi kaitan antara nilai etis dan norma yang berlaku sangat erat. Selain agama sebagai asas kepercayaan atau keyakinan masyarakat, maka ideologi juga menjadi tolak ukur norma yang berlaku.

Menurut Profesor Syahrin Harahap etika perlu dibicarakan, karena disebabkan beberapa hal yakni:

Pertama, manusia pada zaman kita hidup dalam suatu masyarakat yang semakin pluralistik. Kedua, manusia pada zaman kita dihadapkan pada transformasi, masyarakat yang luar biasa, dimana perubahan yang

terjadi akibat hantaman gelombang modernisasi yang tak terelakkan sehingga mampu mengubah budaya dan rohani manusia banyak. Ketiga, sebagai akibat dari semua itu, seringkali muncul tindakan subjektif, motivasi yang tak jelas pamrih. Banyak orang terbiasa dengan sikap hipokrit (munafik); berkata “Ya” untuk mengatakan “tidak” dan berkata “tidak” untuk mengatakan “Ya”.

Ungkapan qawlan kariman dalam Al-Qur’an terdapat dalam Surah Al-Isra ayat 23:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ
أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا *

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Allah dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”.

Al-Maraghi (1998: 148) dalam tafsirnya mengomentari ayat ini, hendaklah mengucapkan kata-kata dengan ucapan yang baik dan perkataan yang manis disertai dengan rasa hormat dan mengagungkan sesuai dengan kesopanan yang baik, dan sesuai dengan tawadu’ dan merendahkan diri dan taatlah kamu kepada keduanya selama tidak pada kemaksiatan kepada Allah.

Dalam ayat ini, Allah kembali mengingatkan pentingnya ajaran tauhid atau mengesakan Allah agar manusia tidak terjerumus ke dalam musyrik. Ajaran tauhid adalah ajaran utama dalam akidah Islam. Kemudian kita sebagai anak diperintahkan untuk mengabdikan kepada orang tua, Seorang anak menurut Ahmad Mubarak dalam bukunya, “Jiwa Dalam Al-Qur’an” (2011: 30), diperintahkan untuk berbuat baik kepada orang tuanya, dan jika sempat mendapatkan pada salah satu atau keduanya berusia lanjut, maka ia tidak boleh kasar kepada keduanya. Jika terpaksa menegur, hendaklah dengan perkataan yang indah dan lembut. Begitulah pentingnya secara mulia atau penuh rasa hormat dan menghindari perkataan kasar.

Nurcholis Madjid (1999: 34), menyatakan ada tiga poin yang harus dilakukan anak terhadap orang tua, pertama: janganlah anak berkomunikasi dengan orang tua menggunakan kata-kata yang kotor setelah keduanya mencapai usia lanjut, kedua: hendaklah menjaga kesopanan karena rasa cinta kepada keduanya, Ketiga: hendaklah ia mendoakan keduanya untuk kebahagiaan mereka karena telah mendidik.

Pada tuntutan komunikasi dalam Islam, diantaranya terdapat petunjuk bagaimana menerapkan komunikasi antara manusia yang posisinya lebih rendah kepada orang lain yang posisinya lebih tinggi, apalagi orangtua sendiri yang sangat besar jasanya dalam mendidik. Prinsip qawlan kariman, menyiratkan satu prinsip utama cara berkomunikasi dalam Islam yaitu penghormatan. Prinsip ini sejalan dengan komunikasi humanistik dari Carl Rogers atau komunikasi dialogis dari Martin Buber.

Ahmad Mubarak (2011: 32), mengatakan bahwa dalam perspektif komunikasi, term qawlan kariman diperlukan, jika komunikasi itu ditujukan kepada komunikan yang sudah masuk kategori lanjut usia. Karena psikologi orang lanjut usia biasanya sangat peka terhadap kata-kata yang bersifat menggurui, menyalahkan, apalagi kasar, karena mereka lebih banyak pengalaman hidupnya.

Pesan komunikasi yang sifatnya persuasif kepada orang tua, haruslah disampaikan dengan perkataan yang mulia, mudah dipahami tidak dengan kasar, karena fisiknya tidak lagi mendukung, dan pengalaman panjangnya menyebabkan mereka tidak tertipu oleh kata-kata yang indah.

Dalam Al-Qur'an banyak sekali contoh-contoh komunikasi, termasuk komunikasi interpersonal antara anak dan ayah. Salah satu contohnya adalah kisah Nabi Ibrahim. Meskipun ayahnya adalah seorang pembuat patung dan penyembah berhala, namun Nabi Ibrahim tetap menyerunya dengan lemah lembut. Ayah Nabi Ibrahim bernama Aazar. Beliau terus mengajak Nabi Ibrahim ke jalan kesesatan, yaitu menyembah berhala. Namun ia terus istiqamah meyakinkan ayahnya bahwa berhala tersebut tidak bisa menolong mereka. Nabi Ibrahim selalu menyeru ayahnya untuk meninggalkan ajaran tersebut dengan lemah lembut.

Berbeda dengan zaman sekarang, anak-anak kurang menaruh rasa hormat kepada para orang tua, mereka berani bersuara tinggi atau berteriak kepada orang yang lebih tua. Mereka dengan berani juga memerintah, menyindir, mengumpat, membentak, dan perilaku yang kurang beretika lainnya. Tak jarang muncul di pemberitaan media massa tentang pembunuhan orang tua yang dilakukan anaknya sendiri.

Banyak sekali faktor yang mempengaruhi fenomena-fenomena terjadinya hal-hal yang di luar kewajaran mengingatkan orang tua yang mengasuh dan mendidik kita sejak kecil. Seperti apapun kondisi orang tua, tidak dibenarkan menyakiti mereka, dalam Al-Qur'an telah dijelaskan, mengatakan "ah" pun dilarang. Sebagai manusia berakal tentu ada jalan yang lebih baik untuk mengingatkan orang tua bila mereka melakukan kesalahan.

Dari permasalahan di atas, penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah komunikasi interpersonal yang ideal antara orang tua dan anak berdasarkan Surat Maryam ayat 42-48?
2. Apakah pesan moral yang terkandung dalam komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak berdasarkan Surat Maryam ayat 42-48?

Maksud dari penulisan makalah ini adalah

1. Untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang ideal antara orang tua dan anak berdasarkan Surat Maryam ayat 42-48.
2. Untuk mengetahui pesan moral yang terkandung dalam komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak berdasarkan Surat Maryam ayat 42-48

Tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk mengikuti seminar nasional yang diadakan di Universitas PGRI Ronggolawe.

Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang arah penulisan makalah ini, penulis jelaskan kata kunci dalam penelitian ini, yaitu: komunikasi dan kisah dalam al-Qur'an.

1. Komunikasi

Istilah komunikasi (communication) secara etimologis berasal dari bahasa Latin *communicatio*, bersumber dari kata *communis* yang berarti sama (Mulyana, 2006). Sama di sini maksudnya adalah sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan, atau seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya.

Pengertian komunikasi secara terminologis adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari sini jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia.

Komunikasi yang dimaksudkan di sini adalah komunikasi manusia (*human communication*), atau disebut juga komunikasi sosial (*social communication*). Komunikasi dalam pengertian umum sering terlihat pada pertemuan dua orang, seperti saling memberi salam, menanyakan kabar, dan lain sebagainya bagi yang sudah kenal, ataupun sekadar bertegur sapa dengan teman seperjalanan yang belum dikenal sebelumnya. Seringkali komunikasi seperti ini tidak memiliki tujuan khusus. Lain halnya dengan komunikasi dalam pengertian paradigmatik.

Komunikasi dalam pengertian paradigmatik yaitu proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), atau perilaku (*behavior*), baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.

Jadi, selain bersifat informatif, komunikasi juga bersifat persuasif. Komunikasi persuasif lebih sulit daripada sekadar komunikasi informatif, karena memang tidak mudah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang.

Harold D. Laswell, seorang sarjana hukum pada Yale University, dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*, sebagaimana dikutip oleh Onong Uchjana

(1984: 55), menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut:

Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect?

Paradigma Laswell tersebut menunjukkan bahwa komponen atau unsur komunikasi yaitu: Pertama, komunikator (communicator, source, sender), atau orang yang menyampaikan pesan. Kedua, pesan (message), atau pernyataan sebagai paduan fikiran dan perasaan yang didukung oleh lambang. Lambang tersebut bisa berupa bahasa maupun lambang lain, di antaranya yaitu gerakan anggota tubuh, gambar, warna, dan sebagainya. Akan tetapi yang biasa dan lebih sering digunakan adalah bahasa, sebab bahasa dapat menunjukkan pernyataan seseorang mengenai hal-hal, selain yang konkrit juga yang abstrak, baik yang terjadi saat sekarang, pada waktu lampau, maupun yang akan datang. Berbeda halnya dengan kemampuan lambang-lambang yang lain. Ketiga, komunikan (communicant, receiver, recipient), atau orang yang menerima pesan. Keempat, media (channel), atau sarana, saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya. Kelima, efek (effect, impact, influence), atau dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Adapun ciri-ciri komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Keterbukaan (openess)

Keterbukaan adalah sejauh mana individu memiliki keinginan untuk terbuka dengan orang lain dalam berinteraksi. Keterbukaan yang terjadi dalam komunikasi memungkinkan perilakunya dapat memberikan tanggapan secara jelas terhadap segala pikiran dan perasaan yang diungkapkannya.

b. Empati (empathy)

Empati adalah suatu perasaan individu yang merasakan sama seperti yang dirasakan orang lain, tanpa harus secara nyata terlibat dalam perasaan ataupun tanggapan orang tersebut.

c. Dukungan

Adanya dukungan dapat membantu seseorang lebih bersemangat dalam melakukan aktivitas serta meraih tujuan yang

diinginkan. Dukungan ini lebih diharapkan dari orang terdekat yaitu, keluarga.

d. Perasaan Positif (*positiveness*)

Perasaan positif yaitu di mana individu mempunyai perasaan positif terhadap apa yang sudah dikatakan orang lain terhadap dirinya.

e. Kesamaan (*equality*)

Kesamaan adalah sejauh mana antara pembicara sebagai pengirim pesan dengan pendengar sebagai penerima pesan mencapai kesamaan dalam arti dan pesan komunikasi. Dengan kata lain, setiap individu mempunyai kesamaan dengan orang lain dalam hal berbicara dan mendengarkan. Saat berkomunikasi maupun bernegosiasi, setiap orangtua mempunyai gaya berbeda, ada yang *hard bargainer*, *collaborator*, *conflict avoider*, dan *accommodator*. Teori ini muncul dilatarbelakangi pengamatan secara langsung oleh para ahli atas perilaku orangtua terhadap anak-anaknya. Ada yang keras, selalu mendengarkan dan bekerja sama, senang menghindari konflik, atau malah selalu mengikuti kemauan anak.

1) *Hard Bargainer*

Orang tua yang bertipe seperti ini sangat suka memaksakan kehendak karena semua aturan di rumah harus ia yang membuat, merasa jika pendapatnyalah yang paling benar, paling bisa mengatur, serta sulit mendengarkan pendapat orang lain apalagi dari anak. Kalaupun mau mendengarkan, ia akan meminta alasan yang kuat dari anak. Senang mengancam dan memberi hukuman.

2) *Collaborator*

Orang tua dengan tipe seperti ini selalu menekankan kerja sama. Ketika ada tujuan yang ingin dicapai, orangtua mengajak anak berkumpul untuk mencapai tujuan secara bersama-sama. Ketika mereka akan melakukan suatu hal, anak diajak berunding untuk memutuskan hal yang terbaik. Orang tua seperti ini juga bersikap terbuka dengan permasalahan yang ada.

Ketika memutuskan sesuatu, mereka selalu mempertimbangkan keinginan anak. Lalu, ketika terjadi perdebatan, orang tua tetap fokus pada kepentingan dan tujuannya.

3) *Conflict Avoider*

Orang tua dengan gaya seperti ini selalu menghindari terjadinya konflik dengan anak. Jika anak melakukan kesalahan atau sesuatu yang tidak baik, orangtua tidak mau menegur dan memberi nasihat, karena orangtua tidak ingin anaknya marah, melawan, atau menangis sehingga muncul konflik. Orang tua seperti ini juga cenderung cuek, tidak terlalu banyak bicara atau menegur, tidak banyak aturan, tidak membatasi apa saja yang dilakukan anak (permisif).

4) *Accommodator*

Orang tua seperti ini selalu ingin menyesuaikan, mengabdikan, atau mengakomodasi keinginan anak, menganggap jalinan relasi lebih penting dari masalah itu sendiri, memberi kebebasan kepada anak untuk berkomunikasi, bereksplorasi, dan bereksperimen. Orang tua dengan gaya ini juga tidak banyak aturan dan disiplin, karena dianggap akan mengekang kreativitas. Mereka juga cenderung fleksibel. Sama halnya dengan conflict avoider, mereka cenderung Antikonflik demi kebersamaan/menjaga relasi dengan anak, tidak mau anaknya merasa bersalah/tersakiti, easy going, apa pun karakter anak yang ia hadapi berusaha disesuaikan dengan dirinya.

2. Kisah dalam al-Qur'an

Dari segi bahasa, kata kisah berasal dari bahasa Arab *al-qashashu* atau *al-qishshatu* yang berarti cerita. Dari segi istilah, kisah berarti berita-berita mengenai suatu permasalahan dalam masa-masa yang saling berturut-turut. Sedangkan *qashashu al-Qur'an* adalah pemberitaan al-Qur'an mengenai hal ihwal umat yang telah lalu, kenabian yang terdahulu, dan peristiwa-peristiwa yang telah terjadi.

Kisah dalam al-Qur'an setidaknya bisa dikelompokkan menjadi tiga macam: kisah para nabi terdahulu; kisah-kisah menyangkut pribadi-pribadi dan golongan-golongan dengan segala kejadiannya yang dinukil oleh Allah untuk dijadikan pelajaran, seperti kisah

Maryam, Luqman, Zulqarnain, Qarun, dan Ashab al-Kahfi; serta kisah-kisah yang menyangkut peristiwa-peristiwa pada masa Rasulullah SAW, seperti perang Badar, perang Uhud, perang Ahzab, Bani Quraizah, Bani Nadzir, dan Zaid bin Haritsah dengan Abu Lahab.

Tujuan yang hendak dicapai dengan adanya kisah-kisah dalam al-Qur'an, seperti yang dipetakan oleh Abdul Mustaqim (2012: 49), adalah: Pertama, tujuan informatif, yakni memberi informasi tentang keberadaan kisah yang diceritakan; tokoh, tempat, maupun peristiwa yang terjadi. Kedua, tujuan justifikatif-korektif, yakni membenarkan ataupun mengoreksi kisah-kisah yang pernah diceritakan di dalam kitab-kitab sebelum al-Qur'an. Ketiga, tujuan edukatif, yakni bahwa kisah-kisah al-Qur'an membawa pesan-pesan moral dan nilai-nilai pendidikan yang bisa dijadikan 'ibrah (pelajaran) bagi para pembaca dan pendengarnya. Tujuan ketiga inilah yang akan menjadi fokus penelitian ini. Selain sarat dengan pesan-pesan religius dan ajaran moralitas, kisah dalam al-Qur'an memiliki karakteristik yang berbeda dibanding kisah-kisah lainnya.

Bahkan, boleh dikata, mayoritas kisah-kisah al-Qur'an selalu berseberangan, atau lebih sering tidak sesuai dengan batasan-batasan kaidah sastra yang ditetapkan oleh para kritikus kisah-kisah sastra. Al-Qur'an tidak menceritakan kejadian secara kronologis dan panjang lebar. Al-Qur'an juga mengandung berbagai kisah yang diungkapkan berulang-ulang di beberapa tempat dengan jenis pengulangan yang berbeda.

Menurut Manna' Khalil al-Qaththan (2011: 37), hikmah penyajian kisah dalam al-Qur'an dengan tipe seperti itu adalah: Menjelaskan segi balagah al-Qur'an dalam tingkat paling tinggi, karena setiap pengulangan memiliki uslub yang berbeda; menunjukkan kehebatan al-Qur'an, karena tidak ada seorangpun yang bisa menyamai bentuk yang telah ditampilkannya; mengundang perhatian yang besar terhadap kisah tersebut agar pesan-pesannya lebih mantap dan melekat dalam jiwa; penyajian seperti itu menunjukkan perbedaan tujuan yang karenanya kisah itu diungkapkan.

Adapun berpencarnya ayat-ayat yang menyangkut satu fragmen, menurut Amin al-Khully dalam *Manahijal-Tajdid* sebagaimana dikutip oleh Muchotob Hamzah (2004), setidaknya didasari oleh dua alasan: pertama, bahwa al-Qur'an tidak bermaksud mengungkapkan sejarah semata sebagaimana buku sejarah, tetapi dalam rangka erat sekali dengan tema ayat-ayat sebelumnya. Kedua, dari segi psikologis untuk menghindari kejenuhan membacanya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan sumber data yang berasal dari bahan-bahan tertulis yang berkaitan dengan tema yang dibahas. Karena penelitian ini menyangkut al-Qur'an secara langsung, maka sumber pertamanya adalah kitab suci al-Qur'an. Mushaf yang digunakan sebagai pegangan adalah Mushaf Departemen Agama. Sumber-sumber lainnya adalah buku-buku komunikasi yang dianggap representatif buku serta tulisan-tulisan yang terkait dengan tema penelitian ini juga digunakan untuk memperkaya analisa.

Penulis hanya fokus kepada kisah komunikasi antara orang tua dan anak dalam Surat Maryam ayat 42-48. Adapun proses pengumpulan data yang lain seperti penafsiran para mufassir maupun pendapat para intelektual dilakukan dengan cara: pertama, mencatat data pada kartu data secara *paraphrase*, yaitu mencatat dan menangkap keseluruhan inti sari data kemudian mencatat pada kartu data, dengan menggunakan kalimat yang disusun oleh penulis sendiri. Kedua, mencatat data secara quotes, yaitu mencatat data dari sumber data secara langsung dan secara persis. Ketiga, mencatat data secara sinoptik, yaitu mencatat data dari sumber data dengan membuat ikhtisar atau *summary*. Selain itu dalam proses pengumpulan data ini, data diorganisir dengan cara memberikan kode pada setiap subsistem data, sesuai dengan klasifikasinya masing-masing.

إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ يَا أَبَتِ لِمَ تَعْبُدُ مَا لَا يَسْمَعُ وَلَا يُبْصِرُ وَلَا يُغْنِي عَنْكَ شَيْئًا



“Seketika dia berkata kepada ayahnya: Wahai ayahku, mengapa engkau menyembah kepada sesuatu yang tidak mendengar dan tidak melihat dan tidak ada gunanya bagi engkau sesuatu pun?”

Bahasa yang dipakai Tuhan dalam wahyu kepada Nabi Muhammad s.a.w. ini ketika mengkisahkan Ibrahim menghadapkan kata kepada ayahnya ialah: "Ya abati!" Yaitu kita artikan "Wahai ayahku!" Bahasa ini halus dan penuh hormat. Tidak diucapkan "Ya Waalidi", atau "Ya Abi", padahal artinya pun sama. Di sinilah tersimpan fasahat al-Quran, yaitu memilih kalimat yang indah untuk disusun menjadi kalam.

يَا أَبَتِ إِذِي قَدْ جَاءَنِي مِنَ الْعُلَمِ مَا لَمْ
يَأْتِكَ فَاتَّبِعْنِي أَهْدِكَ صِرَاطًا سَوِيًّا ﴿٤٣﴾

“Wahai ayahku! Sesungguhnya telah datang kepadaku sebahagian dari ilmu pengetahuan, yang tidak pernah diberikan kepada engkau; sebab itu ikutlah aku, supaya aku tunjuki engkau jalan yang lurus.”

يَا أَبَتِ لَا تَعْبُدِ الشَّيْطَانَ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلرَّحْمَنِ
عَصِيًّا ﴿٤٤﴾

“Wahai ayahku, janganlah engkau menyembah kepada syaitan, sesungguhnya syaitan itu terhadap kepada Tuhan Yang Rahman adalah pendurhaka.”

يَا أَبَتِ إِنِّي أَخَافُ أَنْ يَمَسَّكَ عَذَابٌ مِّنَ الرَّحْمَنِ فَتَكُونَ لِلشَّيْطَانِ وَلِيًّا
﴿٤٥﴾

“Wahai ayahku! Aku takut bahwa engkau akan ditimpa azab dari Tuhan Yang Rahman, sehingga syaitanlah bagi engkau yang jadi pelindung.”

قَالَ أَرَأَيْبُ أَنْتَ عَنْ عَالِهَتِي يَتَابِرْ هَيْمُ لِيْن لَمْ تَنْتَه لَأَرْجَمْتَك وَأَهْجُرْنِي

مَلِيًّا ﴿٤٦﴾

“Berkata (ayahnya): Apakah engkau benci kepada tuhan-tuhanku wahai Ibrahim? Jika engkau tidak berhenti, niscaya akan aku rajam engkau, sebab itu tinggalkanlah aku agak lama.”

Makna dari ayat ini adalah apabila menurut ilmu engkau tuhanku yang banyak itu tidaklah patut disembah dan tidaklah patut dipuja, janganlah engkau tunjukkan juga kebencianmu kepadanya. Tuhan-tuhanku itu selalu engkau maki, engkau cela dan engkau tunjukkan cacatnya; itu berarti bahwa engkau benci. Kalau engkau tidak suka berdiam dirilah, dan hentikanlah mencela-cela itu. Menurut tafsir yang diterima oleh Ali bin Abu Thalhah dan al-'Aufi dari Ibnu Abbas, maksud perkataan ayahnya tinggalkanlah aku biar lama, ialah sebelum terjadi perselisihan yang lebih hebat di antara dirinya dengan anaknya, dimintanya saja anaknya itu meninggalkannya agak lama, sehingga perselisihan anak dengan ayah jangan menjadi-jadi.

قَالَ سَلَامٌ عَلَيْكَ سَأَسْتَغْفِرُ لَكَ رَبِّي إِنَّهُ كَانَ بِي حَفِيًّا ﴿٤٧﴾

“Berkata (Ibrahim): Moga-mogalah keselamatan dilimpahkan atas engkau. Aku akan memohonkan ampun untuk engkau kepada Tuhanku karena sesungguhnya Dia terhadap kepadaku adalah sangat baik.”

Ibrahim telah menyambut perkataan ayahnya dengan budi yang luhur pula, budi-pekerti seorang Hamba Allah Tuhan Yang Rahman, sebagai yang tersebut di dalam Surat 25 al-Furqan ayat 63: Bahwa orang-orang yang telah menghambakan diri kepada Tuhan Yang Rahman itu ialah yang bilamana mereka berjalan di muka bumi, mereka merendahkan diri dan kalau bercakap dengan orang yang bodoh, tidak mengerti, mereka mengucapkan kata yang berisi keselamatan. Begitulah yang dilakukan Ibrahim kepada ayahnya itu.

Ibrahim juga telah menyambut bantahan ayahnya dengan dada lapang, hormat dan khidmat seorang anak kepada ayah, diucapkannya salam dimohonkannya ampun buat beliau. Dia percaya benar bahwa permohonan ampunannya kepada Tuhan untuk ayahnya niscaya akan dikabulkan Tuhan. Begitu pulalah persangkaan balk Ibrahim terhadap Allah, karena dari sifat perangnya yang sangat membenarkan Tuhan itu. Dia percaya permohonannya akan terkabul memintakan ampun ayahnya, asal ayahnya mau merobah pendirian yang salah menyembah berhala itu. Tetapi barang maktumlah kiranya bahwa menyeru orang yang telah hidup dalam kemusyrikan mendarah mendaging supaya kembali mengesakan Tuhan bukanlah perkara yang mudah. Meskipun Ibrahim telah memintakan ampun buat ayahnya, dan yakin bahwa permohonannya akan dikabulkan Tuhan asal ayahnya segera membuang kepercayaan yang salah itu, tidaklah dia mau melepaskan kepercayaan itu. Tidak ada lain jalar, bagi Ibrahim hanyalah menjauhkan diri.

وَأَعْتَزِلْكُمْ وَمَا تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَأَدْعُوا رَبِّي عَسَىٰ أَلَّا أَكُونَ بِدُعَاءِ

رَبِّي شَقِيًّا ﴿٤٨﴾

“Dan aku akan menjauhkan diri daripadamu dan daripada apa yang kamu seru selain daripada Allah itu dan aku akan menyeru kepada Tuhanku. Mudah-mudahan tidaklah aku, dengan sebab menyeru kepada Tuhanku itu, menjadi orang yang sengsara.”

Artinya bahwa aku tidak mau ikut campur. Lebih baik aku menjauhkan diri supaya aku pun jangan turut menempuh jalan yang salah dan sesat itu. Menjauhkan diri dari orang tuanya, yaitu ayah kandungnya sendiri dan seluruh masyarakat yang masih musyrik itu; dan menjauhkan diri pula daripada apa yang disembah itu sendiri. Kata-kata yang tersusun begini indah pun menunjukkan pula iman yang teguh, hati yang keras tetapi didorong oleh budi yang luhur. Jika tadi pada ayat 46 telah mempersilangkannya meninggalkannya biar lama, dia sendiri pun telah bersedia sejak semula menghadapi kemungkinan itu.

Dalam ayat-ayat ini kita lihatlah terbayang khidmat dan hormat yang penuh daripada anak yang berbudi terhadap ayah yang dicintai. Namun cinta kepada ayah bukanlah berarti membiarkannya dalam kesesatan. Karena yakin akan pendirian ayahnya yang salah ditegurnya dengan sopan, dan dengan keras pula dia memperlihatkan pendiriannya, bahwa Tuhan yang sebenarnya patut disembah hanya Allah.

Penutup

1. Gaya bahasa komunikasi yang dipakai dalam kisah-kisah orang tua dan anak setidaknya ada dua; kalimat interogatif (pertanyaan), dan kalimat imperatif (perintah dan larangan). Penggunaan kalimat-kalimat tersebut tunduk kepada tujuan kisah al-Qur'an yang sarat dengan pesan ilahiyah. Para komunikator menggunakan kalimat yang sangat sopan, baik ketika menyuruh maupun melarang komunikannya. Inilah salah satu tuntunan sopan santun berkomunikasi dengan orang lain. Ketika menyuruh ataupun melarang, para komunikator selalu memberikan alasan kepada komunikan, mengapa mereka menyuruh melakukan hal tersebut, atau melarang melakukannya.
2. Pesan moral yang bisa diambil dari komunikasi orang tua dan anak pada poin pertama adalah sebagai berikut:
 - a. Melalui kisah orang tua dan anaknya, al-Qur'an telah mendeklarasikan pentingnya komunikasi dalam sebuah keluarga. Melalui komunikasi, kepribadian seorang anak akan terbentuk, baik maupun buruknya.
 - b. Kisah tersebut juga menunjukkan beberapa metode menyampaikan nasihat yang efektif, menyenangkan, dan mengenakan semua pihak, baik si pemberi maupun penerima nasihat. Nasihat selayaknya diberikan pada saat yang tepat dan kontinyu, disampaikan dengan lemah-lembut, serta disertai argumen yang jelas baik nasihat tersebut berupa perintah ataupun larangan.
 - c. Kisah orang tua dan anak juga menampilkan beberapa permasalahan yang mungkin timbul di antara mereka sekaligus solusinya. Di antaranya yaitu, bagaimana jika mereka harus marah dan memberi maaf, dan bagaimana jika orang tua dan anak tidak selaras dalam beberapa persoalan.

- d. Kisah Al-Qur'an juga memberikan tuntunan kepada para keluarga dalam menghadapi globalisasi budaya. Berbagai persoalan bisa diuraikan, diselesaikan, dan diantisipasi dengan sebaik-baiknya melalui media dialog antara orang tua dan anak, begitu juga dengan saling memahami karakter, sehingga kemungkinan salah dalam mengambil sikap dan tindakan bisa diminimalisir. Keluarga-keluarga Islam, sudah saatnya harus menerapkan dialog dengan tema bermutu, seperti yang dicontohkan oleh para tokoh dalam kisah al-Qur'an.

Dialog dalam keluarga tidak boleh kosong dari nilai-nilai penanaman akidah yang kuat, bakti kepada kedua orang tua, bersyukur, ketaatan beribadah, bersabar, berbagai etika bermasyarakat, dan kesederhanaan. Dengan kata lain, harus ditanamkan bagaimana berinteraksi secara apik, baik dengan sesama manusia maupun dengan Sang Pencipta. Kisah al-Qur'an juga memberikan teladan tentang pembagian kasih sayang antara anak, serta pentingnya mengelola rasa cemburu.

Dari pembahasan yang telah penulis lakukan, ada beberapa saran penting yang perlu disampaikan kepada pembaca atau peneliti selanjutnya.

1. Penelitian ini masih berupa penelitian eksploratif sebagai langkah awal untuk penelitian yang lebih berkelanjutan. Para peneliti dari disiplin ilmu lain seperti psikologi dan konseling Islami sangat perlu untuk melanjutkan penelitian ini dari perspektif yang berbeda. Sehingga pembahasan tentang komunikasi orang tua dan anak akan semakin luas cakupannya.
2. Penulis sendiri pada khususnya, dan para pembaca pada umumnya, seyogyanya menjadikan karya kecil ini sebagai sarana introspeksi diri, bagaimana agar menjadi anak maupun orang tua yang semakin baik, serta memiliki pribadi yang semakin menyenangkan.
3. Penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Daftar Rujukan

- Al-Qur'an, terjemahan, Cordoba Internasional Indonesia, Bandung
- Al-Maraghi, Tafsir Al-Maraghi, Juz 5, 1998, Darul Al-Qalam, Bairut
- Al-Qaththan, Manna Khalil, Mabahits fii Ulum Al-Qur'an, 2011, Darul Al-Qalam, Bairut
- Effendy, Onong Uchjana, Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek, 1984, Rosda, Bandung
- Hamzah, Muchotob, Manahijal Tajdid, 2004, Darul Al-Qalam, Bairut
- Madjid, Nurcholis, 30 sajian ruhani; renungan di Bulan Ramadlan, 1999, Mizan Pustaka, Bandung
- Mubarok, Ahmad, Jiwa dalam Al-Qur'an, 2005, Rosda, Bandung
- Mulyana, Deddy, Pengantar Ilmu Komunikasi, 2006, Rosda, Bandung
- Mustaqim, Abdul, Epistemologi Tafsir Kontemporer, 2012, LKiS, Jogjakarta

Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Informasi Melalui Program Ketahanan Pangan Hanjeli di Lahan Marginal di Desa Kadungora Garut

Oleh:

Lukiati Komala, Priyo Subekti, Kokom Komariah

lukiati.komala@unpad.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Abstrak

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia sejak jaman dahulu, sangat mengandalkan lingkungan sekitarnya. Untuk makan, berteduh, pakaian obat-obatan, pupuk, bahkan untuk kecantikan pun dapat diperoleh dari lingkungan. Kekayaan alam di sekitar manusia sebenarnya sangat bermanfaat dan belum sepenuhnya digali, dimanfaatkan atau bahkan dikembangkan. Masyarakat Individu telah lama mengenal dan menggunakan hanjeli sebagai bahan pangan lokal yang bergizi sebagai upaya dalam memasyarakatkan beras hanjeli sebagai salah satu sumber bahan pangan alternatif yang potensial. Pengetahuan tentang pengembangan beras hanjeli berdasarkan pada pengalaman dan keterampilan yang secara turun-temurun telah diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Pemanfaatan hanjeli pada umumnya dinilai cukup baik oleh masyarakat sebagai pendamping makanan pokok beras. Hal ini disebabkan ada anggapan bahwa hanjeli masih susah didapat di pasaran. Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan data kualitatif yang dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan obyek dan fenomena yang berkaitan dengan penetrasi informasi mengenai hanjeli sebagai pangan lokal bergizi di Jawa Barat. Pengetahuan masyarakat terutama para bandar, pengepul dan petani hanjeli mengenai pengembangan hanjeli sebagai pangan lokal bergizi di lahan marginal dalam upaya diversifikasi pangan dan ketahanan pangan di Jawa Barat terdiri atas pengetahuan mengenai manfaat hanjeli sebagai salah satu bahan pangan pokok sumber karbohidrat, dan bahan baku industri makanan, minuman, dan herbal dalam kehidupan sehari-hari, pengetahuan mengenai jenis-jenis hanjeli, serta pengetahuan mengenai nilai tambah dari hanjeli.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat, pengetahuan, keterampilan, beras hanjeli

Pendahuluan

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia sejak jaman dahulu, sangat mengandalkan lingkungan sekitarnya. Untuk makan, berteduh, pakaian obat-obatan, pupuk, bahkan untuk kecantikan pun dapat diperoleh dari lingkungan. Kekayaan alam di sekitar manusia sebenarnya sangat bermanfaat dan belum sepenuhnya digali, dimanfaatkan atau bahkan dikembangkan. Masyarakat Individu telah lama mengenal dan menggunakan hanjeli sebagai bahan pangan lokal yang bergizi sebagai upaya dalam memasyarakatkan beras hanjeli sebagai salah satu sumber bahan pangan alternatif yang potensial. Pengetahuan tentang pengembangan beras hanjeli berdasarkan pada pengalamandan keterampilan yang secara turun-temurun telah diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Di jaman serba canggih dan modern seperti sekarang ini, tanaman hanjeli masih cukup dikenal dan digemari oleh masyarakat, terutama untuk kalangan masyarakat menengah dan juga masyarakat yang menyadari dengan benar manfaat hanjeli yang dapat tumbuh dengan baik di seluruh Indonesia.

Beras hanjeli sangat bermanfaat sebagai makanan pendamping beras. Selain bergizi, hanjeli juga bisa menjadi salah satu bahan pangan pokok sumber karbohidrat dan bahan baku industri makanan, minuman dan herbal. Di Indonesia tanaman hanjeli tersebut di berbagai daerah dan tumbuh secara liar, salah satunya di Jawa Barat.

Beras hanjeli merupakan sejenis beras yang penggunaannya sebagai sumber bahan pangan alternatif yang dapat diolah menjadi bubur, kue, kerupuk dan sebagainya. Kebanyakan hanjeli oleh masyarakat ditanam di lahan sekitartempat tinggalnya. Hasil inventarisasi yang dilakukan, ternyata lahan untuk menanam hanjeli di Jawa Barat tersebar di beberapa daerah seperti di Kabupaten Kuningan (Desa Paninggaran Kecamatan Darma), Sumedang dan Garut.

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan menyebar-luaskan hanjeli perlu suatu media yang efektif, seperti media massa atau media sosial. Hal ini sejalan dengan perkembangan yang sangat pesat sebagai akibat adanya berbagai penemuan baru di bidang pengetahuan dan teknologi. Sejak saat itu perekonomian dan perindustrian mengalami

kemajuan yang sangat pesat, di mana produsen dapat menghasilkan barang dan jasa secara besar-besaran. Akibatnya apa yang ditawarkan oleh produsen kepada masyarakat tidak selalu sesuai dengan permintaan, sehingga keberadaan produsen tidak banyak memberi arti bagi masyarakat.

Para ahli pertanian mempublikasikan tulisan-tulisan mengenai manfaat hanjeli, sehingga yang dulunya hanya dinikmati oleh kalangan tertentu saja, pada saat sekarang ini hanjeli dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat baik orangtua maupun muda, anak-anak maupun dewasa. Dengan demikian hanjeli akan menjadi dikenal di Indonesia.

Perbedaan antara hanjeli dengan beras terletak pada benihnya, yaitu hanjeli ditanam hanya satu kali dalam setahun, sedangkan beras/padi bisa dua atau tiga kali dalam setahun. Bentuknya pun berbeda, hanjeli berbentuk agak bulat dan berwarna kecoklatan.

Informasi mengenai tanaman hanjeli ini dirasakan masih belum menyentuh masyarakat banyak, hal ini dikarenakan informasi tentang manfaat hanjeli masih sangat terbatas pada kalangan tertentu saja. Kebutuhan informasi dipengaruhi oleh tingkat pendidikan seseorang terutama dari segi subyek, jenis dan bentuk informasi serta kesadaran akan pentingnya sumber informasi hanjeli di masyarakat.

Berdasarkan hasil pra-riset, kendala yang dihadapi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai hanjeli antara lain rendahnya sumber daya manusia dalam mengakses informasi terutama media sosial karena keterbatasan waktu dan biaya; belum terpenuhinya informasi yang dibutuhkan baik dari pemerintah (subyek) maupun bentuknya, lokasi sumber informasi yang jauh dan kesulitan menjangkau informasi tersebut.

Metode Penelitian

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan data kualitatif yang dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan obyek dan fenomena yang berkaitan dengan penetrasi informasi mengenai hanjeli sebagai pangan lokal bergizi di Jawa Barat.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Adapun kriteria informan meliputi:

1. Pengepul
2. Petani yang menanam hanjeli.

Instrumen yang digunakan untuk penelitian kualitatif adalah berupa kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan panduan observasi. Panduan observasi meliputi setting yaitu ruang lingkup rumah dan lingkungan. Partisipan yaitu para pengepul dan petani yang menanam hanjeli. Aktivitas dan interaksi meliputi kegiatan sehari-hari. Variabel yang diteliti yaitu karakteristik masyarakat seperti usia, pendidikan terakhir dan status sosial ekonomi. Selain itu juga wawancara dilakukan dengan pengepul dan beberapa orang petani hanjeli di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Kuningan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada para responden diketahui gambaran mengenai pengetahuan dari para petani hanjeli mengenai manfaat tanaman hanjeli sebagai sumber bahan pangan alternatif. Pengetahuan yang diperoleh merupakan pengetahuan mengenai tanaman hanjeli serta manfaatnya yang dianggap memiliki nilai gizi yang sama dengan beras.

Pengetahuan petani hanjeli yang menjadi responden mengatakan bahwa tanaman hanjeli diketahui memiliki manfaat sebagai makanan pendamping beras yang khasiatnya tidak berbeda, malahan hanjeli ini dapat divariasikan cara memasaknya, misalnya dibuat kue cuhcur, bolu hanjeli, serabi, dan sebagainya. Hanjeli menurut responden memiliki manfaat untuk kesehatan, namun sayang sekali tanaman hanjeli belum tersentuh oleh semua kalangan masyarakat, juga oleh pemangku kepentingan, dalam hal ini Dinas Pertanian Tanaman Pangan di Kabupaten Kuningan. Oleh karena itu, para petani memiliki kesulitan dalam pengadaan benih maupun pemasarannya.

Pada umumnya petani hanjeli yang menjadi pengepul selalu menyediakan bibit hanjeli sendiri. Menurut Pak Nana (Pengepul dari Kabupaten Kuningan) mengatakan : “ abdi mah sok masihan binih

hanjeli ka para petani, bibit itu gratis, teu dipeser ku petani hanjeli da abdi gaduh niat kanggo ngamakmurkeun patani"¹¹

Dari hasil wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa benih hanjeli unggul belum tersedia di daerah tersebut. Para petani hanjeli tidak tahu harus kemana mencari informasi tentang beni hanjeli ?. Hal ini dibuktikan dengan wawancara dengan Kepala Desa Paninggaran, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan bahwa sosialisasi hanjeli tidak pernah menjadi prioritas dari pemerintah setempat.

Salah satu kelemahan tanaman hanjeli adalah penyusutan hasil panen kering bisa mencapai 50 %, dan hal ini menjadi penghambat bagi petani untuk menanam hanjeli. Responden mengharapkan kepada Dinas Pertanian Tanaman Pangan atau lembaga-lembaga yang terkait untuk melaksanakan sosialisasi tentang hanjeli secara rutin, karena kegiatan itu dapat membantu para petani dalam memenuhi kebutuhan informasi tentang hanjeli secara efektif.

Responden (petani) yang menjadi penggarap lahan hanjeli di Desa Paninggaran, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan berjumlah 60 orang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengepul dan penampung hasil panen hanjeli, belum ada standarisasi sistem pembelian dan penjualannya, masih tergantung bagaimana situasi dan kondisi pada saat panen.

Selama ini sumber informasi tentang hanjeli belum banyak dipublikasikan oleh pihak yang berwenang melalui berbagai media. Contohnya situs-situs yang dipublikasikan oleh Kementerian Tanaman Pangan masih belum menyentuh hanjeli, namun demikian, sebagian besar masih banyak yang kesulitan untuk mengakses informasi tersebut dengan berbagai alasan, antara lain tidak memiliki atau tidak mampu mengakses internet.

Oleh karena itu, pihak-pihak yang berwenang perlu kiranya untuk mempertimbangkan jenis media informasi yang seyogyanya cukup dekat dan mudah terbaca oleh masyarakat secara langsung, misalnya leaflet, katalog mini yang disebarakan kepada penjual hanjeli di pasar-pasar untuk selanjutnya dapat diteruskan kepada masyarakat pengguna hanjeli

¹¹ Hasil Wawancara dengan Pak Nana (Pengepul/Petani Hanjeli) di Desa Paninggaran, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan,

sebagai konsumennya. Walau bagaimana pun, tujuan dari media dalam mensosialisasikan hanjeli adalah mengajarkan masyarakat untuk menemukan norma dan etika penyebar-luasan informasi di bidang pertanian atau layanan komunikasi pertanian serta partisipasi dalam keputusan atas hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan (Liliweri, 2007 : 151).

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, diketahui bahwa jenis hanjeli kebanyakan meliputi hanjeli hitam dan hanjeli putih/kuning. Biasanya, hanjeli hitam berasal dari lokasi di mana hanjeli itu ditanam, sedangkan hanjeli yang putih/kuning dari daerah Jawa Tengah/Timur (Nana, Pengepul). Hasil lapangan mendapatkan jawaban responden yang mengatakan bahwa proses panen hanjeli itu sudah dilakukan sesuai prosedur. Namun, para petani kesulitan apabila setelah panen, para tengkulak yang datang dari luar desa tersebut datang langsung ke kebun untuk menunggu panen hanjeli selesai, lalu para tengkulak ini langsung membeli hasil panen dan dibawa ke Jawa Tengah atau Jawa Timur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani, jenis bibit hanjeli yang ditanam pada umumnya jenis hanjeli hitam yang berasal dari Jawa Tengah atau Jawa Timur. Jenis hanjeli tersebut lebih banyak ditanam karena jenis berkulit keras. Pernyataan ini mengacu pada data triangulasi yang di *crosscheck* kepada bandar hanjeli yang biasa menerima hasil panen, seperti yang dikatakan berikut ini : “ di sini mah kebanyakan mengonsumsi hanjeli dari Jawa, soalnya kan kebanyakan petani yang menanam hanjeli adalah petani yang biasa tanam padi, jadi tidak tiap musim menanam hanjeli”¹².

Hal ini juga disepakati oleh H. Dodo bandar hanjeli : ”... hanjeli belum diminati masyarakat, soalnya hasilnya sedikit...., hanya dikonsumsi oleh masyarakat tertentu (petani, pengepul, bandar) disekitar lingkungan sendiri tetapi belum tahu manfaatnya dari hanjeli tersebut”¹³

Mengacu pada hasil triangulasi sumber data tersebut dapat dijelaskan bahwa jenis hanjeli yang dikonsumsi adalah jenis hanjeli putih

¹² Wawancara dengan H. Dodo (Bandar Hanjeli) di Desa Paninggaran, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan,

¹³ Wawancara dengan H. Dodo (Bandar Hanjeli) di Desa Paninggaran, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan,

yang berasal dari Jawa Tengah dan Jawa Timur karena lebih baik kualitasnya dan kandungan gizinya, serta pengolahannya tidak sulit. Satu hal yang dapat diketahui dari hasil observasi juga adalah perlunya pemberian informasi kepada para petani, umumnya masyarakat disekitarnya.

Kegiatan yang dilakukan oleh bandar dan pengepul merupakan kegiatan CSR, yaitu merupakan bagian dari bandar/pengepul sebagai kegiatan CSR produsen hanjeli. Hal ini sesuai dengan pernyataan Cornelissen dalam Donsbach yang menyatakan bahwa : *“Corporate communication is to look at the way in which the function develop in comparies, including communication to customer and stakeholder”* (Donsbach, 2015 :116-117).

Pengetahuan petani hanjeli tentang khasiat tanaman hanjeli yang berada di wilayah penelitian dapat dikemukakan bahwa ada gambaran responden memiliki pengetahuan yang melatar-belakangi mereka untuk mengonsumsi hanjeli. Adapun pengetahuan yang dimiliki tersebut adalah pengetahuan mengenai manfaat hanjeli untuk makanan pendamping beras.

Jenis dari hanjeli diyakini oleh para petani/pengepul/bandar memiliki kandungan gizi yang sama dengan beras, diantaranya dapat dibuat panganan yang bisa dijual (cuhcur, bugis, nagasari dll.). Sedangkan untuk ibu-ibu cenderung mengonsumsi hanjeli untuk makanan pendamping selain nasi. Terdapat kebiasaan di sejumlah wilayah bahwa kaum perempuan terbiasa memasak hanjeli sejak masih remaja hingga sekarang.

Jika dilihat dari pengetahuan responden mengenai manfaat hanjeli sebagai makanan pendamping nasi, maka dapat diketahui bahwa hanjeli dapat dikategorikan sebagai jenis makanan bergizi. Artinya, jika mereka memilih untuk mengonsumsi hanjeli dapat mencari informasi lebih lengkap dengan menemui orang-orang yang bisa memberikan informasi tentang hanjeli ke pihak-pihak yang berwenang.

Namun perlu ditekankan dalam hal ini, berdasarkan hasil wawancara adalah pengetahuan tentang manfaat hanjeli untuk makanan pendamping yang dirasakan diperoleh dari petani dan pengepul, di mana mereka membeli atau menanam hanjeli. Artinya, pengetahuan diperoleh

bukan melalui penelusuran literasi dari sumber terpercaya, melainkan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Selanjutnya adalah pengetahuan mengenai manfaat hanjeli dalam kehidupan sehari-hari. Pengetahuan para petani hanjeli mengenai manfaat yang dapat diperoleh dari hanjeli yang mereka konsumsi dan dibenarkan serta telah dinikmati manfaatnya oleh para pengguna hanjeli. Sebagai pengguna hanjeli mengonsumsi hanjeli bukan sekedar untuk makanan pendamping namun juga untuk tujuan memasyarakatkan hanjeli untuk makanan bergizi.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan hanjeli tidak dikonsumsi apabila sedang tidak musim panen padi, namun juga dalam keadaan paceklik juga tetapi cenderung memiliki kebiasaan mengonsumsi hanjeli secara rutin ada yang seminggu satu kali, bahkan setiap hari.

Jika diamati, maka dapat diketahui bahwa acapkali pengguna hanjeli mengonsumsi hanjeli dikarenakan ada dorongan dan keinginan bukan sekedar kebutuhan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika saat ditanyakan mengenai banyaknya jumlah yang dikonsumsi, mereka menjawab tidak tahu, namun mereka sangat peduli terhadap manfaat hanjeli sebagai sumber karbohidrat, pangan fungsional kaya protein, lemak, karbohidrat, serat tinggi, dan ternyata semua bagian tanamannya bisa dimanfaatkan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pra-riset dan pembahasan dalam bah-bab terdahulu, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut : 1) Pengetahuan masyarakat terutama para bandar, pengepul dan petani hanjeli mengenai pengembangan hanjeli sebagai pangan lokal bergizi di lahan marginal dalam upaya diversifikasi pangan dan ketahanan pangan di Jawa Barat terdiri atas pengetahuan mengenai manfaat hanjeli sebagai salah satu bahan pangan pokok sumber karbohidrat, dan bahan baku industri makanan, minuman, dan herbal dalam kehidupan sehari-hari, pengetahuan mengenai jenis-jenis hanjeli, serta pengetahuan mengenai nilai tambah dari hanjeli; 2) Penyebaran informasi tanaman hanjeli dalam jejaring komunikasi dalam komunikasi hanjeli meliputi sumber, pengepul,

bandar, saudara, kerabat yang kenal, teman, tetangga dan pembeli, walaupun distribusinya relatif masih terbatas.

Daftar Rujukan

- Agus Mulyanto, 2009. *Sistem Informasi – Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Pelajar
- Devadson, F.J. dan Lingam, P. Pratap, (1966). *A Methodology for The Identification of Information Need Users*, 62nd IFLA General Conference – Conference Proceedings – August 25-31, 1996.
- Estabrook, Leigh (ed), 1977. *Libraries in Post Industrial Society*. Phoenix (USA). Oryx Press.
- Krikelas, James, 1983. *Information Seeking Behavior : Pattern and Concepts*. Drexel Library Quarterly, 19 (2).
- Liliweri, Alo, 2007. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Littlejohn, Stephen W. Karen Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Mar'at, 1981. *Sikap Manusia, Perubahan dan Pengukurannya*. Conalia. Jakarta.
- Meleong, Levy, 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Rosdakarya. Bandung.
- Nurdin, 2004. *Komunikasi Massa*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2005. *Psikologi Komunikasi*. PT. Rosdakarya. Bandung.
- Vivian, John, 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Wiedzka, Barbara Nied, 2003. *A Proposed General Model of Information Behaviour*. Jurnal Elektronik. Information Research.

Pemberdayaan... (Lukiati Komala, Priyo Subekti, Kokom Komariah)

Vol. 09 No. 1. October 2003. <http://InformationR.net/ir/11-4/paper260.html>

Yusuf, Subekti, (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Kencana. Prenadamedia Group. Jakarta.

**Pemberdayaan Masyarakat Melalui Ekonomi Kreatif Berbasis
Potensi Lokal Di Desa Tunggilis Dan Desa Banjarharja
Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran**

Oleh:

Kokom Komariah, Priyo Subekti, Trie Damayanti

priyo.subekti@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Abstrak

Pemberdayaan masyarakat merupakan program pemerintah yang pada saat ini sedang digalakkan untuk menciptakan masyarakat yang kreatif dengan mengenali potensi dan masalah yang ada di lingkungan sekitarnya serta mengenai program kelola sosial. Kelola sosial yaitu serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan peran masyarakat sekaligus merupakan upaya untuk meningkatkan fungsi sumber daya alam desa itu sendiri terhadap kehidupan sosial kemasyarakatan sehingga terjadi keseimbangan dan kejelasan berbagi peran dan berbagi manfaat sebagai akibat dari pelaksanaan kegiatan pengelolaan sumberdaya alam tersebut. Adapun salah satu upaya pemberdayaan masyarakat adalah melalui sosialisasi terhadap penguatan pengetahuan, sikap dan perilaku generasi muda beserta kelembagaan yang ada di masyarakat dan dalam hal ini adalah Tokoh pemuda, karang taruna, tokoh masyarakat, dan aparat desa dari sisi pemahaman tentang pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Metode Pelaksanaan dimulai dari Tahap Persiapan, Pelaksanaan dan Evaluasi. Pelaksanaan menggunakan metode ceramah dan diskusi Tanya jawab.

Manfaat kegiatan ini ntuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan serta untuk meningkatkan pemahaman peserta dalam hal ini masyarakat di Desa Tunggilis dan Desa Banjarharja mengenai pentingnya mengembangkan potensi ekonomi kreatif di wilayahnya.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, ekonomi kreatif

Pendahuluan

Kalipucang adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Pangandaran, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Terdiri dari 10 desa yaitu: Bagolo, Banjarharja, Cibuluh, Ciparakan, Emplak, Kalipucang, Pamotan, Putrapinggian, Tunggilis, Ciawi Tali. Potensi Desa Banjarharja dan Desa Tunggilis terdapat pada bidang perkebunan dan pertanian. Selain itu terdapat industri rumah tangga lainnya yang meskipun kecil namun berpotensi menjadi industri menengah dan besar.

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa Desa Banjarharja dan Desa Tunggilis merupakan desa yang kondusif namun perlu perhatian lebih dari pemerintah dalam sektor pembangunan terutama fasilitas pokok untuk masyarakat seperti fasilitas kesehatan, jalan, dan pengelolaan sampah.

Mata pencaharian penduduk pada umumnya sebagai petani/pekebun. Selain dari hasil pertanian sumber penghasilan lainnya (sumber ekonomi) bagi masyarakat Desa lebih berasal dari bidang Industri rumah tangga, yang menyerap tenaga kerja 2.421 jiwa (45,26 %), selanjutnya sektor jasa 1.744 jiwa (30,36 %), agrobisnis 1.204 jiwa (20,96%), dan sektor perdagangan sebanyak 196 jiwa (3,41 %).

Hasil pertanian yang merupakan komoditi unggulan yang ada di yaitu Kelapa, Padi, Sawo, Singkong, Pisang dan kayu. Penyadap gula merupakan mayoritas di Desa Banjarharja sudah memberikan kontribusi terhadap pengurangan pengangguran dan pengentasan kemiskinan sehingga akan berdampak pada pendapatan perkapita masyarakat di Desa.

Akan tetapi, terkadang para pengusaha dan para petani merasa rugi ketika harga jual produksinya tidak bisa menutupi biaya produksi dan kehidupannya, dikarenakan biaya transportasi yang tinggi yang diakibatkan oleh kondisi jalan yang rusak sehingga kesejahteraan hidup masyarakat Desa tidak stabil.

Indonesia menyimpan keunikan budaya dalam setiap daerahnya. Di era globalisasi ini, terjadi sebuah kekhawatiran bahwa nilai-nilai budaya lokal dapat tergerus oleh nilai-nilai budaya asing yang dengan bebasnya masuk ke negeri ini. Akan tetapi, kekhawatiran tersebut dapat kita atasi, bahkan era globalisasi ini justru dapat kita jadikan peluang untuk

mengembangkan kearifan lokal daerah melalui sektor perekonomian kreatif.

Pemberdayaan masyarakat merupakan program pemerintah yang pada saat ini sedang digalakkan untuk menciptakan masyarakat yang kreatif dengan mengenali potensi dan masalah yang ada dilingkungan sekitarnya serta mengenai program kelola sosial. Kelola sosial yaitu serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan peran masyarakat sekaligus merupakan upaya untuk meningkatkan fungsi sumber daya alam desa itu sendiri terhadap kehidupan sosial kemasyarakatan sehingga terjadi keseimbangan dan kejelasan berbagi peran dan berbagi manfaat sebagai akibat dari pelaksanaan kegiatan pengelolaan sumberdaya alam tersebut.

Adapun salah satu upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan tim PKM adalah melalui sosialisasi terhadap penguatan pengetahuan, sikap dan perilaku generasi muda beserta kelembagaan yang ada di masyarakat dan dalam hal ini adalah Tokoh pemuda, karang taruna, tokoh masyarakat, dan aparat desa dari sisi pemahaman tentang pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Objek kegiatan lembaga dan tokoh ini terpilih karena merupakan bagian penting dalam pengelolaan sumberdaya manusia yang formal yang ada di setiap pemerintahan desa sebagai unsur penunjang kegiatan pembangunan di sektor real.

Masalah perekonomian dan pasar bebas menjadi tantangan terberat dalam globalisasi. Dalam hal ini, ada kesan globalisasi menyebabkan ketidakadilan ekonomi antara negara maju dengan negara berkembang. Persaingan ekonomi dunia yang semakin ketat, mengharuskan Indonesia menggali sumber ekonomi sebagai alternatif bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu solusi alternatifnya adalah pemberdayaan ekonomi kreatif, di mana saat ini dunia telah memasuki era industri gelombang ke empat. Yakni industri kreatif yang menempatkan kreativitas dan inovasi manusia sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi baik nasional maupun global.

Saat ini, pola pendorong perekonomian dunia mulai mengalami pergeseran atau perubahan. Pergeseran ini dimulai dari perekonomian yang berbasis industri menjadi perekonomian yang didorong oleh kreatifitas. Perekonomian yang berbasis kreatifitas ini kemudian disebut

ekonomi kreatif. Sebagai pola pendorong baru dalam perekonomian yang berbasis pada kreatifitas, maka hal ini sangat berkaitan erat dengan sumberdaya manusia. Sumberdaya manusia menjadi basis penggerak utama dalam ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif adalah salah satu jalan agar rakyat lebih sejahtera. Di Indonesia, industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat yang terdapat di dalam masing-masing individu. Pemanfaatan yang dimaksud adalah untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi serta daya cipta individu tersebut.

Ekonomi kreatif dapat menciptakan nilai tambah dengan basis pengetahuan, termasuk warisan budaya, dan tekonologi yang sudah ada dari ide kreatif dan inovasi sampai ide kreatif terwujud menjadi karya kreatif yang dapat digunakan dan ada pasarnya. Disamping itu karya kreatif Indonesia dapat mengangkat bangsa Indonesia di luar maupun membangun rasa bangga di dalam negeri seperti kita lihat penggunaan batik dan tenun saat ini. Kreativitas dan inovasi juga menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Atas dasar itulah, pengabdian kepada masyarakat berupa Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Tunggilis Dan Desa Banjarharja Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran diselenggarakan dengan dasar pemikiran bahwa di Desa Tunggilis Dan Desa Banjarharja memiliki potensi sumber daya manusia dan alam sehingga perlu dilakukan upaya pemberdayaan masyarakat agar dapat merasakan manfaat potensi yang dimilikinya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data didapatkan melalui teknik Observasi dan wawancara pada masyarakat penggiat ekonomi kretaif di Desa Tunggilis dan Desa Banjarharja Kecamatan Kalipucang Pangandaran.

Hasil dan Pembahasan

Lahirnya konsep pemberdayaan sebagai antitesa terhadap model pembangunan yang kurang memihak pada rakyat mayoritas. Konsep ini dibangun dari kerangka logik sebagai berikut : (1) bahwa proses pemusatan kekuasaan terbangun dari pemusatan kekuasaan faktor produksi; (2) pemusatan kekuasaan faktor produksi akan melahirkan masyarakat pekerja dan masyarakat pengusaha pinggiran; (3) kekuasaan akan membangun bangunan atas atau system pengetahuan, sistem politik, sistem hukum dan sistem ideologi yang manipulative untuk memperkuat legitimasi; dan (4) pelaksanaan sistem pengetahuan, system politik, sistem hukum dan ideologi secara sistematis akan menciptakan dua kelompok masyarakat, yaitu masyarakat berdaya dan masyarakat tunadaya (Priyono dan Pranarka, 1996).

Akhirnya yang terjadi ialah dikotomi, yaitu masyarakat yang berkuasa dan manusia yang dikuasai. Untuk membebaskan situasi menguasai dan dikuasai, maka harus dilakukan pembebasan melalui proses pemberdayaan bagi yang lemah (*empowerment of the powerless*).

Alur pikir di atas sejalan dengan terminologi pemberdayaan itu sendiri atau yang dikenal dengan istilah *empowerment* yang berawal dari kata daya (*power*). Daya dalam arti kekuatan yang berasal dari dalam tetapi dapat diperkuat dengan unsur-unsur penguatan yang diserap dari luar. Ia merupakan sebuah konsep untuk memotong lingkaran setan yang menghubungkan *power* dengan pembagian kesejahteraan. Keterbelakangan dan kemiskinan yang muncul dalam proses pembangunan disebabkan oleh ketidakseimbangan dalam pemilikan atau akses pada sumber-sumber *power*. Proses historis yang panjang menyebabkan terjadinya *power dis powerment*, yakni peniadaan *power* pada sebagian besar masyarakat, akibatnya masyarakat tidak memiliki akses yang memadai terhadap akses produktif yang umumnya dikuasai oleh mereka yang memiliki *power*.

Pada gilirannya keterbelakangan secara ekonomi menyebabkan mereka makin jauh dari kekuasaan. Begitulah lingkaran setan itu berputar terus. Oleh karena itu, pemberdayaan bertujuan dua arah. Pertama, melepaskan belenggu kemiskinan, dan keterbelakangan. Kedua, memperkuat posisi lapisan masyarakat dalam struktur ekonomi dan kekuasaan. Secara konseptual, pemberdayaan masyarakat adalah upaya

untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain memberdayakan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat.

Dalam konsep pemberdayaan, menurut Prijono dan Pranarka (1996), manusia adalah subyek dari dirinya sendiri. Proses pemberdayaan yang menekankan pada proses memberikan kemampuan kepada masyarakat agar menjadi berdaya, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan pilihan hidupnya. Lebih lanjut dikatakan bahwa pemberdayaan harus ditujukan pada kelompok atau lapisan masyarakat yang tertinggal.

Menurut Sumodiningrat (1999), bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk memandirikan masyarakat lewat perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Adapun pemberdayaan masyarakat senantiasa menyangkut dua kelompok yang saling terkait, yaitu masyarakat sebagai pihak yang diberdayakan dan pihak yang menaruh kepedulian sebagai pihak yang memberdayakan.

Berikut salah satu gambaran yang terjadi di desa tunggilis terkait dengan ekonomi; Tak ada rotan, akar pun jadi. Tak ada hasil di sawah, hasil kebun pun jadi. Inilah yang dialami warga Desa Tunggilis. Mayoritas warga di Tunggilis bermata pencaharian petani. Namun karena sawah mereka sering gagal panen akibat dilalap banjir, mereka memiliki alternatif lain, berkebun.

“Kan bukan di sawah doang, ada sawo, ada pisang. Ke kebun, kalo ke sawah doang mah mati,” ujar Kepala Dusun Kedung Palungpung Ruhiyat. Namun masalah lain timbul. Petani di Tunggilis dinilai masih kurang lihai memanfaatkan hasil kebun mereka. Setelah memanen hasil perkebunan, mereka langsung menjualnya ke tetangga ataupun tengkulak.

Cara penjualan yang hanya ke tetangga ataupun ke tengkulak, mengakibatkan harga jual rendah. Pisang hanya dihargai delapan ratus rupiah pertandannya. Kelapa, hanya seribu rupiah perbuah. Bahkan komoditas andalan desa ini, sawo dan gula merah, hanya dihargai Rp2.600,- dan Rp10.000,-.

Di daratan agraris seperti Indonesia, mayoritas mata pencaharian warga desanya tentu saja bertani. Mereka bercocok tanam untuk menyambung hidupnya dan keluarganya.

Di Tunggilis, hal sama terjadi. Mayoritas masyarakatnya adalah petani. Mereka mengelola tanah milik sendiri atau orang lain dengan bercocok tanam. Namun mereka tak selalu menuai hasil manis dari jerih payahnya. Faktor utamanya tentu saja banjir.

Desa Tunggilis memang jadi wilayah langganan banjir. Saat musim hujan tiba dan derai hujan mengguyur deras, sudah hampir pasti daratan Tunggilis tergenang. Air yang mengalir sungai Citanduy, tak ragu-ragu meluap dan merendam sampai ke sudut-sudut desa, termasuk wilayah persawahan. Saking seringnya banjir merendam persawahan masyarakat Tunggilis, para petani di sini jarang merasakan manisnya hasil panen. Tak tanggung-tanggung, bisa dua tahun sekali mereka baru mencicipi kebahagiaan memanen hasil dari sawah mereka. Warga Tunggilis bukannya terlalu nyaman bertani di ladang banjir. Mereka sudah melakukan daya upaya guna membendung banjir tahunan ini.

Sedangkan kondisi di desa Banjarharja seperti berikut; Mata pencaharian penduduk Desa Banjarharja pada umumnya sebagai petani/pekebun. Selain dari hasil pertanian sumber penghasilan lainnya (sumber ekonomi) bagi masyarakat Desa Banjarharja lebih berasal dari bidang Industri rumah tangga, yang menyerap tenaga kerja 2.421 jiwa (45,26 %), selanjutnya sektor jasa 1.744 jiwa (30,36 %), agrobisnis 1.204 jiwa (20,96%), dan sektor perdagangan sebanyak 196 jiwa (3,41 %).

Hasil pertanian yang merupakan komoditi unggulan yang ada di Desa Banjarharja yaitu Kelapa, Padi, Sawo, Singkong, Pisang dan kayu. Penyadap gula merupakan mayoritas di Desa Banjarharja sudah memberikan kontribusi terhadap pengurangan pengangguran dan pengentasan kemiskinan sehingga akan berdampak pada pendapatan perkapita masyarakat di Desa.

Akan tetapi, terkadang para pengusaha dan para petani merasa rugi ketika harga jual produksinya tidak bisa menutupi biaya produksi dan kehidupannya, dikarenakan biaya transportasi yang tinggi yang

diakibatkan oleh kondisi jalan yang rusak sehingga kesejahteraan hidup masyarakat Desa Banjarharja tidak stabil.

Salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tajam adalah melalui desain kemasan. Daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya. Kemasan merupakan “pemicu” karena ia langsung berhadapan dengan konsumen. Karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif, dalam hal ini membeli produk; karena tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan.

Kemasan adalah salah satu bidang dalam Desain Komunikasi Visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan ke dalam bahasa visual. Hal ini merupakan suatu tantangan karena selain dituntut untuk dapat menyajikan sebuah (desain) kemasan yang estetik, kita juga dituntut untuk memaksimalkan daya Tarik kemasan untuk dapat menang dalam pertarungan untuk menghadapi produk-produk pesaing. Tantangan yang lain adalah klien tidak hanya mengharapkan peningkatan penjualan tetapi juga agar konsumennya tetap setia menggunakan produknya.

Kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label. Ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan, yaitu:

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.
3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin. Dengan kemasan yang sangat menarik diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen. Selain

itu, kemasan juga dapat mengurangi kemungkinan kerusakan barang dan kemudahan dalam pengiriman.

Kunci utama untuk membuat sebuah desain kemasan yang baik adalah kemasan tersebut harus simple (sederhana)⁴, fungsional dan menciptakan respons emosional positif yang secara tidak langsung “berkata”, “Belilah saya.” Kemasan harus dapat menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Sebuah desain kemasan yang bagus memberikan sebuah nilai tambah terhadap produk yang dikemasnya.

Menurut penelitian, dari seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80 % adalah penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (visual). Karena itulah, unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain: warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak merupakan unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasatmata (visual communication).

Contoh hasil bumi masyarakat desa yaitu sawo yang belum di kemas



Contoh pengemasan gula merah yang telah dikemas dan siap dijual



Kesimpulan

Sosialisasi pemberdayaan masyarakat dalam ekonomi kreatif yang menunjang aspek pembangunan desa telah sesuai dengan rencana kegiatan, namun dalam hal penyampaian materi mengenai pengetahuan, sikap dan perilaku perlu ditambahkan kembali dari aspek praktisnya yang didukung dengan permodalan yang kuat sehingga masyarakat secara berjenjang dapat mencerna istilah-istilah pemberdayaan bahkan kalau mungkin bisa diaplikasikan oleh masyarakat desa secara berkesinambungan.

Daftar Pustaka

- Anonim, (1994). *Panduan Program Inpres Desa Tertinggal*; Jakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional-Departemen Dalam Negeri.
- , (1995). *Pembinaan Program dan Pendampingan Pokmas IDT*; Jakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional - Departemen Dalam Negeri.
- , *Kaji Tindak Program Inpres Desa Tertinggal Tahun Pertama*; Jakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 1995.
- Azis, Iwan Jaya. *Kesenjangan Antara Ekonomi Makro dan Gejala Mikro: Keterbatasan Ilmu Ekonomi?* Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta, 29 Februari 1996.
- Ife, Jime. (1995). *Community Development: Creating Community Alternatives-Vision, Analysis and practice*. Melbourne : Longman.
- Jousairi Hasbullah, (2006). *Social Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta : MR-United Press.
- Kartasasmita, Ginandjar, *Ekonomi Rakyat: Memadukan Pertumbuhan Dan Pemerataan*; Jakarta, CIDES, 1995
- Lubis, (1999). *Pengembangan Investasi Modal Sosial dalam*

Pemberdayaan Masyarakat... (Kokom Komariah, Priyo Subekti, Trie Damayanti)

Pembangunan. Antropologi Indonesia. Th XXIII No. 59 April-Agustus 1999.

Loekman Soetrisno, (1995). *Menuju Masyarakat Partisipatif*. Yogyakarta : Kanisius. Narayan anf.

Naritoom, Chatcharee. *Local Wisdom/Indigenous Knowledge System*. Nakhon Pathom, Thailand: Kasetsart University.

Sairin, Sjafri. (2002). *Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*; Yogyakarta ,Pustaka Pelajar.

Slamet, (1993). *Pembangunan Masyarakat Berwawasan Partisipasi*. Surakarta : Sebelas Maret University Press.

Suparjan dan Hempri Suyatno, (2003). *Pengembangan Masyarakat: Dari Pembangunan sampai Pemberdayaan*. Yogyakarta : Aditya Media.

Soekidjo, Notoadmodjo. (2002). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Komunikasi Bencana Melalui Kegiatan Pemberdayaan Berbasis Rekonstruksi Ekonomi Bagi Korban Erupsi Kelud di Dusun Laharpang Kabupaten Kediri

Oleh:

Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si.

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan Ushuluddin dan Ilmu Sosial STAIN Kediri

Abstrak

Komunikasi bencana sangat penting dilakukan pada warga yang tinggal di daerah rawan bencana, seperti di wilayah Gunung Kelud, agar ketika bencana terjadi mereka sudah siap menerimanya. Sangat penting menyiapkan kondisi psikologis warga masyarakat ketika dan setelah bencana terjadi. Merupakan situasi yang tepat apabila tahap pemulihan mulai dilakukan. Salah satu *recovery* yang perlu segera dilakukan adalah pemulihan di sektor ekonomi.

Pemulihan ekonomi menjadi hal utama yang perlu diperhatikan karena umumnya warga banyak kehilangan harta benda akibat bencana yang terjadi, sehingga perlu dana atau modal untuk mengganti semua kerugian yang dialami. Komunikasi bencana yang terkait dengan pemulihan ekonomi bisa diwujudkan melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis rekonstruksi ekonomi, salah satunya dengan memberikan pelatihan dan keterampilan. Jadi, bantuan yang diberikan tidak sekedar materiil saja berupa uang atau barang tapi juga bisa berupa pendidikan kecakapan hidup (*lived skill*) berupa pelatihan.

Usaha tersebut telah dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat STAIN Kediri di Dusun Laharpang Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri tahun 2014 lalu. Kegiatannya berupa pelatihan bagi para ibu dan remaja putri dengan membuat kerajinan tangan dari kain flanel yang mudah, murah, ekonomis, dan bisa dijual. Tujuannya adalah membangkitkan semangat berwirausaha dalam rangka memulihkan kembali perekonomian warga yang terpuruk pasca erupsi Gunung Kelud. Strategi kegiatan pemberdayaan masyarakat ini menggunakan metode ceramah, demonstrasi, tanya jawab, pelatihan, bantuan teknis, dan penilaian dan evaluasi hasil akhir. Sedangkan untuk menggali lebih

dalam dampak kegiatan kepada target sasaran, digunakan metode wawancara mendalam yang bersifat kualitatif.

Hasil akhir dari kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan CBR (*Community Based Research*) ini adalah adanya perubahan *mind set* dari ibu dan remaja putri di Dusun Laharpang untuk dapat menerapkan pengetahuan yang diterima, selalu menggali ide baru untuk terus berkreasi, mempunyai jiwa kemandirian, dan menjadi insan yang produktif. Apalagi di masa pembangunan sekarang ini, usaha ekonomi kreatif rakyat harus dikembangkan dalam rangka mengokohkan kemandirian bangsa.

Kata kunci: CBR, Komunikasi Bencana, Rekonstruksi Ekonomi, Pemberdayaan Perempuan

Pendahuluan

Dusun Laharpang, Desa Puncu, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri Jawa Timur merupakan wilayah yang terkena erupsi Kelud cukup parah, karena hanya berjarak 5 km dari pusat erupsi. Dusun ini terdapat di lereng kaki Gunung Kelud dan paling dekat dengan puncak Gunung Kelud sehingga mengalami kerusakan yang parah. Hampir seluruh bangunan meliputi rumah, sekolah dan masjid rusak berat. Semua atapnya mengalami lubang-lubang akibat semburan batu-batuan sebesar kepalan tangan. Semua wilayah dusun ini terkena abu vulkanik dan menjadikan aktivitas warga desa menjadi lumpuh. Banyak warga yang kehilangan harta benda dan rusaknya lahan pertanian mengakibatkan kondisi ekonomi masyarakatnya terganggu.

Data yang dihimpun dari www.tempo.com pada bulan Februari tahun 2014 lalu, hampir seluruh warga di Dusun Laharpang memiliki hutang di bank perkreditan rakyat maupun bank umum. Mereka membutuhkan dana untuk membeli benih tanaman dan pengelolaan tanah pertanian yang menjadi pekerjaan sehari-hari. Sebagian lagi berhutang untuk membeli beras dan biaya sekolah anak-anak mereka. Menurut data Bank Indonesia Kediri, nilai kredit macet warga di lereng Gunung Kelud mencapai Rp 248 miliar. Mereka berhutang pada 18 lembaga bank umum dengan nilai kredit Rp 177,8 miliar dan 14 bank perkreditan rakyat dengan nilai pinjaman Rp 70,9 miliar. Jumlah warga yang mengajukan kredit mencapai 18.321 orang.

Melihat kondisi tersebut, mendorong tim Pengabdian Masyarakat STAIN Kediri membantu melakukan usaha komunikasi bencana melalui kegiatan pemberdayaan berbasis rekonstruksi ekonomi bagi korban erupsi Kelud di Dusun Laharpang Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri. Pelatihan membuat kreasi kerajinan tangan kain flanel bagi kelompok ibu dan remaja putri diberikan sebagai alternatif solusi memperbaiki ekonomi warga. Mengingat juga harga kebutuhan sehari-hari semakin melambung tinggi sehingga masalah ekonomi menjadi perhatian utama warga di Dusun Laharpang.

Arti Penting Komunikasi Bencana

Berpijak kepada pengertian bencana dari aspek legal, maka penanganan bencana sesungguhnya bukan semata-mata mengandalkan kemampuan untuk memberikan bantuan material saja, tetapi memberikan dukungan moral kepada mereka yang terkena bencana menjadi suatu keharusan. Melalui komunikasi yang berpedoman kepada etika dan substansi komunikasi dalam penyampaian pesan, dari satu sumber kepada sumber lain yang bertujuan memperoleh pemahaman ataupun pemaknaan bersama, maka komunikasi menjadi sangat esensial dalam memberikan bantuan terhadap bencana alam (Budi, 2011:5).

Bencana menurut Undang-Undang RI Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana adalah:

1. Bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan, baik oleh faktor alam dan/atau faktor nonalam maupun faktor manusia sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, dan dampak psikologis.
2. Bencana alam adalah bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau serangkaian peristiwa yang disebabkan oleh alam antara lain berupa gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, angin topan, dan tanah longsor.
3. Bencana non alam adalah bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau rangkaian peristiwa non alam yang antara lain berupa gagal teknologi, gagal modernisasi, epidemi, dan wabah penyakit.

4. Bencana sosial adalah bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau serangkaian peristiwa yang diakibatkan oleh manusia yang meliputi konflik sosial antar kelompok atau antar komunitas masyarakat, dan teror (Budi, 2011:87).

Konteks komunikasi bencana yang dilakukan tim Pengabdian Masyarakat STAIN Kediri adalah membantu para korban erupsi Gunung Kelud yang tergolong bencana alam. Mencermati apa yang seharusnya dilakukan dalam penanganan bencana, mestinya komunikasi memiliki peran penting untuk menangani bencana. Sebab, menurut Wood (2006:38), “komunikasi dapat memberikan pemahaman tentang interaksi antara manusia, yang berlangsung terus menerus, yang bertujuan menciptakan pemahaman bersama”. Dengan kata lain, semua pihak yang melakukan penanganan bencana harus berpijak kepada fungsi komunikasi untuk menciptakan pemahaman bersama dalam membantu korban bencana (Budi, 2011: 11-12).

Usaha Komunikasi bencana dilakukan agar masyarakat yang menjadi korban lebih siap menghadapi kenyataan dan keadaan yang ada. Caranya dengan mengintrodusir pesan bermakna untuk memberikan kekuatan moral bagi korban. Membangun jaringan komunikasi antar entitas yang konsisten untuk membantu mereka yang berduka adalah kewajiban utama agar dampak bencana bisa dipulihkan segera. Yang harus dilakukan adalah membantu sekuat tenaga dengan bicara dan bertindak. Memosisikan korban sebagai komunitas yang memiliki pilihan hidup untuk tetap berdampingan dengan bencana. Kerentanan moralitas dan ketidakpercayaan diri para korban yang semakin mencengkeram mereka harus segera dihilangkan. Masyarakat di kawasan rawan bencana harus memiliki kekuatan dan dukungan menjalani hidup dengan wajar, leluasa tanpa pengaturan berlebihan dari pemegang otoritas sosial, ekonomi, maupun politik (Budi, 2011:x-xi).

Kemampuan manajemen komunikasi penanggulangan masalah akibat bencana di lapangan memerlukan proses sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

- a. Perencanaan adalah proses kegiatan pemikiran, dugaan dan penentuan-penentuan prioritas yang harus dilakukan secara rasional

sebelum melaksanakan tindakan yang sebenarnya dalam rangka mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

- b. Perencanaan juga merupakan kegiatan-kegiatan rohaniah sebelum melakukan tindakan jasmaniah.
- c. Perencanaan itu amat diperlukan dalam rangka mengarahkan tujuan dan sasaran organisasi maupun tujuan suatu program pembangunan, sebab daripadanya dipaparkan pula tentang kebutuhan penggunaan tenaga kerja, biaya, waktu, peralatan dan sumber-sumber (*resource*) lainnya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam perencanaan adalah:
 - 1) Tindakan apa yang harus dikerjakan?
 - 2) Apakah sebabnya tindakan itu harus dikerjakan?
 - 3) Di manakah tindakan itu harus dikerjakan?
 - 4) Kapankah tindakan itu harus dikerjakan?
 - 5) Siapakah yang akan mengerjakan tindakan itu?
 - 6) Bagaimanakah caranya melaksanakan tindakan itu?

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

- a. Pengorganisasian merupakan proses penyusunan pembagian kerja ke dalam unit-unit kerja dan fungsi-fungsinya beserta penetapannya dengan cara-cara yang tepat mengenai orang-orangnya (*staffing*) yang harus menduduki fungsi-fungsi itu berikut penentuannya dengan tepat tentang hubungan wewenang dan tanggung jawabnya.
- b. Pengorganisasian itu dilakukan demi pelaksanaan kerja dan pelaksanaan dari perencanaan, yang penting demi adanya pembagian kerja yang setepat-tepatnya.
- c. Dalam pengorganisasian sangat penting untuk diperhatikan bahwa penetapan mengenai orang-orangnya haruslah dilakukan secara objektif dan setelah terlebih dahulu ditentukan unit-unit kerja dan fungsi-fungsinya.

Hal-hal yang diperlukan dalam pengorganisasian antara lain:

- 1) Mengambil keputusan.

- 2) Mengadakan komunikasi agar ada saling pengertian antara atasan dan bawahan.
- 3) Memberi semangat, inspirasi, dan dorongan kepada bawahan supaya mereka bertindak.
- 4) Memilih orang-orang yang menjadi anggota kelompoknya, serta memperbaiki pengetahuan dan sikap-sikap bawahan agar mereka terampil dalam usaha mencapai tujuan yang ditetapkan.

3. Pendorongan (*Motivating*)

- a. Pendorongan merupakan proses kegiatan yang harus dilakukan untuk membina dan mendorong semangat kerja dan kerelaan kerja para pegawai (anggota organisasi) demi tercapainya tujuan organisasi.
- b. Pendorongan itu penting sekali mengingat arti pentingnya faktor manusia dalam organisasi dan dalam proses produksi.
- c. Rangkaian kegiatan pendorongan ini mencakup segi-segi dorongan atau perangsang yang bersifat kerohanian (seperti pemberian kenaikan pangkat, pemberian pendidikan dan pengembangan karier, penambahan pengalaman, penyelenggaraan human relations dengan tepat, pemberian cuti, dan sebagainya), maupun segi-segi dorongan kejasmanian (seperti adanya sistem upah dan gaji yang menggairahkan, pemberian tunjangan-tunjangan serta distribusi sandang dan pangan, penyediaan perumahan, kendaraan, jaminan-jaminan pemeliharaan kesehatan, dan lain-lainnya).

4. Pengendalian atau Kontrol (*Controlling*)

- a. Pengendalian atau kontrol adalah rangkaian kegiatan yang harus dilakukan untuk mengadakan pengawasan, penyempurnaan dan penilaian (*evaluation*) untuk menjamin bahwa tujuan dapat tercapai sebagaimana yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Pengendalian atau kontrol itu perlu untuk mengetahui sampai di mana pekerjaan sudah dilaksanakan, sumber-sumber yang telah dimanfaatkan, hambatan-hambatan, dan sebagainya.
- b. Dari hasil pengorganisasian, itu dapatlah diadakan penyempurnaan, evaluasi, dan penentuan tentang perlunya tindakan-tindakan korektif ataupun tindak lanjut yang harus dilakukan, sehingga

pemborosan-pemborosan dapat dihindarkan dan pengembangan-pengembangan selanjutnya dapat ditingkatkan pelaksanaannya (Budi, 2011: 96-98).

Inti dari manajemen komunikasi bencana adalah penanggulangan masalah-masalah bencana yang didasarkan pada penguasaan kompetensi komunikasi pada setiap proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi atas penanggulangan yang efektif dan efisien, dilandasi dengan adanya kepemimpinan yang proaktif, mempunyai *sense of crisis*, serta menciptakan hubungan antar manusia yang baik (Budi, 2011:113). Sejalan dengan itu, David Berlo (dalam, Ruben, 1992:89 dalam Budi, 2011:13), mengemukakan, bahwa karakteristik khalayak yang menyangkut sikap, wawasan, kemampuan komunikasi, sistem sosial dan kultur, harus menjadi perhatian pengirim pesan agar informasi dipahami dan tercapai tujuan yang ditetapkan. Jadi, penyampaian pesan kepada korban bencana wajib mengedepankan empati agar dapat menciptakan pemahaman bersama yang bermanfaat dalam upaya memberikan bantuan (Budi, 2011:13).

Manajemen bencana sendiri adalah upaya sistematis dan komprehensif untuk menanggulangi semua kejadian bencana secara cepat, tepat, dan akurat untuk menekan korban dan kerugian yang ditimbulkannya. Manajemen bencana sebagai suatu proses terencana untuk mengelola bencana dengan baik dan aman, memiliki tiga tahapan utama berikut (Ramli, 2010:10,31):

1. Pra Bencana (*pra-disaster*), yang meliputi:
 - a. Kesiagaan;
 - b. Peringatan Dini; dan
 - c. Mitigasi
2. Saat Bencana (*during disaster*), berupa Tanggap Darurat atau *Emergency Response*
3. Pasca Bencana (*after disaster*), yang terdiri dari:
 - a. Rehabilitasi; dan
 - b. Rekonstruksi

Setiap tahapan dalam manajemen bencana merupakan suatu siklus yang berkesinambungan (Sudibyakto, 2011:100). Masing-masing tahapan tidak berdiri sendiri, tetapi terkait satu sama lain. Kesenambungan proses antar tahapan akan menentukan sukses tidaknya manajemen bencana di sebuah tempat. Komunikasi, koordinasi, dan kerjasama antar lembaga terkait sangat diperlukan karena manajemen bencana melibatkan banyak pihak. Kecanggihan teknologi yang digunakan dan ketersediaan dana yang memadai tidak akan berarti bila komunikasi, koordinasi dan kerjasama antar lembaga tidak berjalan baik (Budi, 2011:45).

Penyelenggaraan penanggulangan bencana pada tahap pascabencana menurut UU Penanggulangan Bencana Nomor 24 Tahun 2007 dan kompetensi komunikasi yang seharusnya dimiliki oleh setiap orang yang terlibat dalam tahapan penanganan bencana. Tahapan dimulai dari pra bencana, saat bencana berupa tanggap darurat, dan pascabencana dengan rekonstruksi dan rehabilitasi (Budi, 2011:93), sebagaimana dimaksud dalam pasal 33 huruf c meliputi: rehabilitasi dan rekonstruksi.

Rehabilitasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 huruf a dilakukan melalui kegiatan:

- a. Perbaikan lingkungan daerah bencana;
- b. Perbaikan prasarana dan sarana umum;
- c. Pemberian bantuan perbaikan rumah masyarakat;
- d. Pemulihan sosial psikologis;
- e. Pelayanan kesehatan;
- f. Rekonsiliasi dan resolusi konflik;
- g. Pemulihan sosial ekonomi budaya;
- h. Pemulihan keamanan dan ketertiban;
- i. Pemulihan fungsi pemerintahan; dan
- j. Pemulihan fungsi pelayanan publik.

Rekonstruksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 huruf b, dilakukan melalui kegiatan pembangunan yang lebih baik, meliputi:

- a. Pembangunan kembali prasarana dan sarana;

- b. Pembangunan kembali sarana sosial masyarakat;
- c. Pembangkitan kembali kehidupan sosial budaya masyarakat;
- d. Penerapan rancang bangun yang tepat dan penggunaan peralatan yang lebih baik dan tahan bencana;
- e. Partisipasi dan peran serta lembaga dan organisasi kemasyarakatan, dunia usaha, dan masyarakat;
- f. Peningkatan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya;
- g. Peningkatan fungsi pelayanan publik; dan
- h. Peningkatan pelayanan utama dalam masyarakat (Budi, 2011: 95-96).

Rekonstruksi yang dilakukan Tim Pengabdian Masyarakat STAIN Kediri bagi masyarakat Dusun Laharpang berupa peningkatan kondisi ekonomi. Dalam hal ini, tim tidak memberikan ‘ikan’ tapi memberikan ‘kail’nya. Dalam arti memberikan ilmu berupa keterampilan membuat kerajinan tangan dari kain flanel yang bisa dijual sehingga bisa menambah pemasukan ekonomi keluarga. Kaum ibu dan remaja putri diharapkan bisa berdaya mandiri dengan bekal *lived skill* tersebut. Sebelumnya, tim telah melakukan manajemen komunikasi penanggulangan masalah akibat bencana yang dimulai dari kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pendorongan dan pengendalian.

Konsep Pemberdayaan

Pemberdayaan adalah suatu isu yang muncul dalam pendekatan pembangunan ketika masyarakat marginal memerlukan bantuan proses penguatan ekonomi dan sosial dalam konteks kesejahteraan hidup masyarakat. Istilah pemberdayaan saat ini telah demikian populer sebagai suatu pendekatan yang dilakukan pemerintah maupun LSM. Di Indonesia istilah pemberdayaan atau *empowerment* pada mulanya digunakan LSM untuk melakukan memperkuat masyarakat baik secara sosial, ekonomi dan politik agar dapat merubah dan memperbaiki posisi mereka ketika berhadapan dengan kelompok yang kuat secara sosial. Inti dari pemberdayaan adalah bagaimana masyarakat marginal tertentu mempunyai posisi tawar sehingga menjadi pelaku proses pembangunan yang partisipatif dan aktif bukan hanya sebagai objek pembangunan (www.fifiensulistiyowati.blogspot.co.id, 14 Oktober 2014).

Dalam isu pemberdayaan ini tidak terlepas juga konteks pemberdayaan perempuan yang menjadi isu tersendiri dalam kajian perempuan dan pembangunan. Program pemberdayaan perempuan di Indonesia pada hakekatnya telah dimulai sejak tahun 1978. Dalam perkembangannya upaya dalam kerangka pemberdayaan perempuan ini secara kasat mata telah menghasilkan suatu proses peningkatan dalam berbagai hal. Seperti peningkatan dalam kondisi, derajat, dan kualitas hidup kaum perempuan di berbagai sektor strategis seperti bidang pendidikan, ketenaga kerjaan, ekonomi, kesehatan dan keikutsertaan ber-KB. Peningkatan dalam proses pemberdayaan tidak serta merta merubah dalam pola relasi gender antara laki-laki dan perempuan. Apalagi kalau kita berbicara bahwa pemberdayaan perempuan terutama pemberdayaan ekonomi yang diasumsikan menaikkan posisi tawar dengan relasi sosial dengan laki-laki (Ibid).

Dalam Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN) tahun 1999, menjelaskan bahwa upaya meningkatkan derajat hidup perempuan masih merupakan salah satu bidang prioritas strategis pembangunan nasional. Upaya ini ditetapkan dalam visi program pembangunan pemberdayaan perempuan, yaitu terwujudnya keadilan dan kesetaraan gender dalam kehidupan berkeluarga, berbangsa dan bernegara (Ibid).

Pemberdayaan perempuan adalah usaha sistematis dan terencana untuk mencapai kesetaraan dan keadilan gender dalam kehidupan keluarga dan masyarakat. Pemberdayaan perempuan "sebagai sumber daya insani, potensi yang dimiliki perempuan dalam hal kuantitas maupun kualitas tidak dibawah laki-laki. Namun kenyataannya masih dijumpai bahwa status perempuan dan peranan perempuan dalam masyarakat masih bersifat subordinatif dan belum sebagai mitra sejajar dengan laki-laki". Tujuan pembangunan pemberdayaan perempuan adalah meningkatkan status, posisi dan kondisi perempuan agar dapat mencapai kemajuan yang setara dengan laki-laki. Realisasi pemberdayaan perempuan diantaranya dengan:

1. Meningkatkan kedudukan dan peranan perempuan di berbagai bidang kehidupan.
2. Meningkatkan peran perempuan sebagai pengambil keputusan dalam mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender.

3. Meningkatkan kualitas peran dan kemandirian organisasi perempuan dengan mempertahankan nilai persatuan dan kesatuan.
4. Meningkatkan komitmen dan kemampuan semua lembaga yang memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender.
5. Mengembangkan usaha pemberdayaan perempuan, kesejahteraan keluarga dan masyarakat serta perlindungan anak (www.bayoedarkochan.wordpress.com, 14 Oktober 2015).

Kebijakan dasar pemberdayaan perempuan antara lain:

1. Pengarusutamaan gender dalam pembangunan nasional dilakukan melalui “*one door policy*” atau kebijakan satu pintu.
2. Peningkatan kualitas SDM perempuan.
3. Pembaharuan hukum dan peraturan perundang-undangan.
4. Penghapusan kekerasan terhadap perempuan.
5. Penegakkan hak asasi manusia (HAM) bagi perempuan.
6. Peningkatan kesejahteraan dan perlindungan anak.
7. Pemampuan lembaga pemerintah dalam pemberdayaan perempuan.
8. Peningkatan peran serta masyarakat.
9. Perluasan jangkauan pemberdayaan perempuan.
10. Peningkatan penerapan komitmen internasional (Ibid).

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk menciptakan/meningkatkan kapasitas masyarakat, baik secara individu maupun berkelompok, dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraan. Pemberdayaan masyarakat memerlukan keterlibatan yang luas dari perangkat pemerintah daerah serta pihak untuk memberikan kesempatan dan menjamin keberlanjutan berbagai hasil yang dicapai (www.jacobbreemersemm.blogspot.co.id, 14 Oktober 2015).

Dalam Bahasa Indonesia istilah ini belum memperoleh pembakuan. Istilah lain yang digunakan adalah kemampuan. Dalam pembahasan di sini istilah pemberdayaan digunakan gerakan kaum perempuan (*woman's movement*) di seluruh dunia, dan khususnya kaum feminis dan konsep

“pendidikan populer” yang dikembangkan di Amerika Latin dalam tahun 1970-an. Konsep ini mendapat perhatian dari gerakan perempuan di seluruh dunia dan pada tahun 1985 suatu LSM bernama DAWN (*Development Alternatives with Women for a New Era*) yang didirikan oleh suatu jaringan ilmuwan feminis dan kelompok-kelompok perempuan pada tahun 1984 di Bangalore, India, merumuskannya sebagai “pendekatan pemberdayaan” (*empowerment approach*). Dalam pandangan LSM ini, pemberdayaan memerlukan suatu transformasi struktur-struktur subordinasi melalui perubahan radikal dalam perundangan, hak milik dan pranata-pranata lainnya yang memperkuat dan melestarikan dominasi laki-laki (Notosusanto, 1997:9).

Apa sebenarnya makna pemberdayaan? Kalau kita kembali ke istilah dalam Bahasa Inggris, dalam kata “*empowerment*” jelas ada pengertian “*power*”, kekuasaan atau kekuatan. Maka pemberdayaan bisa diberi batasan luas sebagai penguasaan atas aset material, sumber-sumber intelektual dan ideologi. Aset material mencakup aset fisik, manusiawi atau finansial, seperti tanah, air, hutan, tubuh manusia dan pekerjaan, uang dan akses kepada uang. Sumber-sumber intelektual mencakup pengetahuan, informasi dan gagasan (*ide*). Penguasaan atas ideologi berarti kemampuan untuk mengembangkan, menyebarkan, mempertahankan dan mempranatakan perangkat tertentu dari kepercayaan, nilai, sikap dan perilaku, sehingga dapat menentukan bagaimana persepsi manusia, dan berfungsinya dalam lingkungan sosial, ekonomi dan politik tertentu. Dengan demikian, kekuasaan berada pada mereka yang menguasai atau dapat mempengaruhi distribusi sumber-sumber material, pengetahuan dan ideologi yang mengatur hubungan-hubungan sosial dalam kehidupan publik maupun pribadi. Pemberdayaan sebagai proses adalah menantang hubungan kekuasaan yang ada, dan memperoleh penguasaan yang lebih besar atas sumber-sumber kekuasaan (*Ibid*).

Mengikuti uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan adalah suatu proses dan hasil dari proses tersebut. Pemberdayaan terwujud sebagai redistribusi kekuasaan, apakah antar negara, kelas, kasta, ras, jender atau individu. Tujuan pemberdayaan perempuan adalah untuk menantang ideologi patriarki, yaitu dominasi laki-laki dan perempuan; mengubah struktur dan pranata yang memperkuat dan

melestarikan diskriminasi jender dan ketidaksetaraan sosial (termasuk keluarga, kasta, kelas, agama, proses dan pranata pendidikan, media, praktek dan sistem kesehatan, perundangan dan peraturan, proses politik, model-model pembangunan, dan pranata pemerintahan); memberi kemungkinan bagi perempuan miskin untuk memperoleh akses kepada dan penguasaan terhadap sumber-sumber material maupun informasi. Maka, proses pemberdayaan harus mempersoalkan semua struktur dan sumber kekuasaan (Notosusanto, 1997:10).

Menurut pandangan ini tentang konsep pemberdayaan, memberi kemampuan ekonomis tidak dengan sendirinya meningkatkan posisi sosial perempuan. Kenyataan empiris memperlihatkan bahwa perempuan yang mapan dari segi pendidikan dan mempunyai pekerjaan dengan upah yang baik masih tetap bisa mengalami perlakuan pelecehan, bahkan penganiayaan oleh suami. Maka yang perlu diperjuangkan adalah memperbaiki keadaan maupun posisi kaum perempuan (Ibid).

Argumentasi menarik yang diberikan mengenai implikasi terhadap kaum laki-laki sebagai akibat dari pemberdayaan kaum wanita adalah bahwa pemberdayaan itu juga membebaskan dan memberdayakan kaum laki-laki, dalam arti material maupun psikologis. Kaum perempuan memperkuat dampak gerakan politik yang didominasi kaum laki-laki dengan memberikan energi, wawasan, kepemimpinan dan strategi baru. Lebih penting lagi dampak psikologis: jika perempuan menjadi mitra setara, maka kaum laki-laki dibebaskan dari peran penindas dan pengeksploitasi, dan dari stereotip jender, yang pada dasarnya membatasi potensi laki-laki sebagaimana juga perempuan, untuk mengekspresi diri dan mengembangkan pribadinya (Notosusanto, 1997:11).

Ada pula dampak terhadap keluarga: akses kaum perempuan kepada sumber material dan pengetahuan secara langsung bermanfaat bagi laki-laki dan anak-anak dalam keluarganya, karena memperluas cakrawala terhadap gagasan-gagasan baru dan kualitas kehidupan yang lebih baik. Jelas, keadaan demikian memperkuat kemampuan ketahanan keluarga secara keseluruhan terhadap gangguan atas nilai-nilai maupun norma-norma yang dianggap baik dan bermanfaat bagi semua anggotanya (Ibid).

Dalam konteks Indonesia, bahwa pemberdayaan perempuan berarti keinginan, bahkan tuntutan membagi kekuasaan (*sharing power* dengan

tekanan pada *sharing*) dalam posisi setara (*equal*), representasi serta partisipasi dalam pengambilan keputusan, yang menyangkut kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, bernegara dan berbangsa. Dampak kepada keluarga adalah bahwa hal ini akan memperkuat bukan hanya keadaan dan posisi perempuan, tapi sekaligus memperkuat ketahanan keluarga, karena kedua orang tua, ayah/suami dan ibu/isteri, bersama-sama bertanggung jawab atas kesejahteraannya. Yang lebih jelas bagi Indonesia adalah bahwa kita perlu lebih memperlihatkan dan meningkatkan keadaan serta posisi kaum perempuan, khususnya dalam usaha agar mereka lebih berperan dalam pengambilan keputusan yang menyangkut kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, bernegara dan berbangsa (Notosusanto, 1997:11-12).

Kegiatan pemberdayaan dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat STAIN Kediri dengan maksud agar kaum ibu dan remaja putri Dusun Laharpang ikut berperan aktif memecahkan persoalan ekonomi keluarga. Berusaha mematahkan anggapan bahwa perempuan yang bekerja di rumah tidak bisa melakukan apa-apa, tidak produktif, dan tidak berguna. Dengan bekal keterampilan yang dimiliki, mereka bisa menghasilkan berbagai kreasi kerajinan tangan dari kain flanel yang bisa dijual dan keuntungannya bisa dipakai untuk menutupi kekurangan kebutuhan hidup sehari-hari. Adanya peningkatan kualitas sumber daya perempuan di Dusun Laharpang, dari kegiatan pelatihan yang diberikan, diharapkan bisa mengantarkan mereka menuju kemandirian dan kesejahteraan. Mereka tidak lagi tergantung dari uang yang diberikan suaminya melainkan bisa membantu suami mencukupi kebutuhan keluarga.

Pendekatan Penelitian Berbasis Masyarakat

Community Based Research (CBR) salah satu model penelitian akademik. CBR sebagaimana dikemukakan oleh Sarah Banks dari *Center for Social Justice and Community Action*, Durham University, adalah penelitian yang dilakukan atas sebuah komitmen dari masyarakat untuk memberikan dukungan kekuatan, sumber daya, dan juga keterlibatan dalam proses penelitian dalam rangka menghasilkan produk penelitian yang bermanfaat bagi mereka, dan juga para peneliti yang terlibat dalam proses penelitian tersebut. Inisiatif penelitian bisa juga datang dari para ilmuwan atau peneliti setelah melihat permasalahan dan potensi yang ada

dalam masyarakat, untuk memberi solusi rumusan teknis instrumentatif penyelesaian masalah yang dihadapi masyarakat, baik disadari atau tidak oleh mereka, sehingga mereka terbawa dalam arus perubahan dan kemajuan (www.dederosyada.lec.uinjkt.ac.id).

BR sendiri didefinisikan beragam mulai dari sebagai bentuk baru gerakan penelitian sampai pada model penelitian. Di sini, CBR didefinisikan sebagai model penelitian transformatif yang diselenggarakan berdasarkan prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat, kolaborasi, dan perubahan sosial yang menempatkan masyarakat yang peduli berperan serta bukan sebagai subyek penelitian tetapi sebagai mitra kerja sama dan agen perubahan. Dalam CBR, penelitian dipandang sebagai alat untuk memberdayakan anggota masyarakat sebagai mitra untuk memproduksi pengetahuan (bersama kalangan akademik, organisasi masyarakat sipil, dan pemangku kepentingan lainnya) yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan mengupayakan perubahan untuk persoalan-persoalan penting masyarakat (Tim UINSA, 2015:28-29).

CBR adalah penelitian bersama masyarakat untuk mengatasi permasalahan yang dialami masyarakat. Dalam definisi yang lain, CBR didefinisikan sebagai sebuah kerjasama dalam penelitian dan saling menguntungkan antara peneliti kampus (dosen dan mahasiswa) dengan komunitas yang bertujuan untuk sebuah gerakan sosial (*social action*) dan perubahan sosial (*social change*) dengan tujuan akhir untuk mencapai keadilan sosial. CBR dinyatakan sebagai sebuah riset yang dilakukan komunitas dan kepakaran akademis untuk mengeksplorasi dan menciptakan peluang-peluang bagi terjadinya aksi sosial dan perubahan sosial (Ibid, 10-11).

CBR adalah sebuah kemitraan di antara mahasiswa, akademisi, dan anggota komunitas yang secara langsung berkolaborasi terlibat dalam penelitian dengan tujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan mendesak yang dihadapi komunitas sehingga dapat mengarah pada perubahan sosial (Ibid, 16-17). Apapun definisinya, CBR menempatkan komunitas sebagai aspek terpenting. Dalam CBR, komunitas bisa berupa kelompok dengan identitas tertentu atau dalam pengertian yang luas dalam bentuk organisasi-organisasi berbasis komunitas (Ibid, 11-12).

Ada beberapa argumentasi kenapa CBR menjadi sangat penting, bagi para akademisi khususnya, dalam berbagai keilmuan yang erat kaitannya dengan berbagai upaya melakukan perubahan fenomena sosial dengan mengubah cara pandang masyarakat tentang kehidupan mereka. Beberapa alasan sebagaimana dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bahwa CBR dapat mengidentifikasi intervensi baru yang lebih baik serta upaya-upaya preventif bagi anggota masyarakat.
2. Bahwa CBR dapat mengidentifikasi dan memberikan dukungan untuk pengembangan sistem yang lebih baik dalam kehidupan sosial.
3. Bahwa CBR dapat mengidentifikasi prioritas pembangunan sosial yang dapat dijadikan fokus oleh organisasi dan agensi-agensi perubahan sosial.
4. Bahwa CBR dapat mengembangkan program-program pengembangan pendidikan untuk para staf dari organisasi sosial atau Lembaga Swadaya Masyarakat yang menjadi agensi perubahan sosial.
5. Bahwa CBR dapat menerjemahkan beberapa pertanyaan penelitian yang sangat baik dalam konteks memenuhi kebutuhan sosial dari anggota masyarakat (www.dederosyada.lec.uinjkt.ac.id).

Kegiatan komunikasi bencana melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat di Dusun Laharpang dengan pendekatan CBR tersebut dapat dikatakan sangat efektif. Dalam pelaksanaannya mendasarkan pada komitmen keterlibatan masyarakat untuk memecahkan permasalahan yang ada. Menempatkan masyarakat sebagai mitra bersama akademisi untuk mengatasi masalah yang muncul, melalui pemberdayaan kaum ibu dan remaja putri berbasis usaha rekonstruksi ekonomi. Ada upaya pengembangan kualitas pendidikan melalui kegiatan pelatihan membuat kreasi kerajinan tangan kain flanel agar perempuan Laharpang menjadi mandiri dan berdaya guna.

Bentuk Kegiatan Rekonstruksi Ekonomi di Dusun Laharpang

Pendamping memilih kerajinan tangan dari kain flanel karena ketrampilan ini mudah untuk dilakukan dan murah bahan bakunya. Kreasi yang dibuat adalah berupa aksesoris dan pernak-pernik yang memiliki fungsi dan manfaat bagi kehidupan sehari-hari. Diharapkan

pemberian ketrampilan ini dapat memperbaiki kondisi ekonomi warga sehingga meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga. Apalagi Dusun Laharpang berdekatan dengan lokasi objek wisata Gunung Kelud, sehingga dapat memanfaatkan keberadaan pariwisata tersebut sebagai tempat pemasarannya. Selain itu diharapkan juga dapat meningkatkan kemandirian warga Dusun Laharpang, khususnya yang bertempat tinggal di wilayah RT 01 RW 01.

Output jangka panjang yang diharapkan dari kegiatan ini adalah dapat tercipta suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya. Serta memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*) dengan membuat program-program yang lebih konkret dan positif yang dapat disentuh oleh semua lapisan masyarakat.

Fokus dampingan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini bertempat di Dusun Laharpang RT 01 RW 01 Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri. Berdasarkan alasan pemilihan subjek dampingan yang sudah diuraikan sebelumnya, memfokuskan pada kaum ibu dan remaja putri dikarenakan pada umumnya mereka hanya sebagai ibu rumah tangga yang hanya mengurus keluarga, merawat rumah, dan kadangkala membantu menggarap tegalan, sedangkan remaja putrinya banyak yang putus sekolah. Sehingga mereka perlu dibekali keterampilan sederhana kreasi kerajinan tangan kain flanel agar bisa dimanfaatkan untuk membantu meringankan beban ekonomi keluarganya dan menumbuhkan jiwa wirausaha mereka.

Kegiatan pemberdayaan ini menggunakan metode ceramah, demonstrasi, tanya jawab, pelatihan, bantuan teknis, dan penilaian dan evaluasi hasil akhir. Tahapan-tahapan dalam pelaksanaan kegiatannya antara lain:

1. Ceramah tentang materi keterampilan sederhana kain flanel ini dijelaskan dengan menggunakan LCD. Pemateri menyampaikan materi tentang kreasi kerajinan tangan kain flanel meliputi seluk beluk kain flanel, peralatan dan bahan, pembuatan pola, cara menggunting kain flanel, cara menjahit kain flanel menggunakan tusuk feston, tusuk jelujur, tusuk rantai, tusuk tikam jejak, tusuk rol, tusuk jeruji dan

pipih, tusuk silang, cara merekatkan kain flanel dengan teknik tumpuk, teknik sambung, teknik press, cara memasukkan dakron, cara memasang aksen, merapikan hasil akhir, menghitung kebutuhan bahan, dan mengemas hasil untuk siap dijual.

2. Demonstrasi digunakan untuk memberikan contoh langsung mengenai proses pembuatan kreasi kerajinan tangan kain flanel ini dengan menunjukkan peralatan yang diperlukan, bahan baku yang digunakan, mempraktikkan cara menjahit kain flanel, memasukkan dakron hingga memasang aksennya.
3. Tanya jawab yang dipandu oleh moderator dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada peserta apabila ada pertanyaan-pertanyaan tentang beberapa hal yang dirasa belum jelas dan masih membingungkan mereka sehingga semakin melengkapi hal-hal yang belum terakomodasi dari kedua metode di atas.
4. Pelatihan pembuatan kreasi kerajinan tangan kain flanel dengan cara praktik langsung oleh peserta yang didampingi oleh pemateri.
5. Bantuan teknis berupa pemberian bahan baku dan peralatan yang dibutuhkan kepada peserta.
6. Penilaian dan evaluasi hasil akhir dilakukan setelah peserta pelatihan menyelesaikan semua karyanya dalam kelompok kecil dengan menentukan juara 1, 2, dan 3 sebagai bentuk apresiasi kepada peserta. Kemudian pemateri memberikan evaluasi terkait karya yang dibuat mulai dari segi fungsional/kemanfaatannya, estetika/keindahan, kerapian, perpaduan warna, kreativitas, dan inovasi.

Pada intinya strategi/metode yang digunakan dalam kegiatan pemberdayaan ini bertujuan untuk pengembangan masyarakat (*community development*) yaitu membuat ibu-ibu dan remaja putri di Dusun Laharpang RT 01 RW 01 Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri menjadi berdaya dan berkualitas setelah mendapatkan keterampilan sederhana kreasi kerajinan tangan kain flanel ini yang sebelumnya belum pernah mereka dapatkan. Mendorong warga untuk berusaha bangkit dari keterpurukan ekonomi menuju perbaikan ekonomi. Adanya stimulus berupa pemberian buku panduan aksesoris flanel, bahan baku dan peralatan yang dibutuhkan sebagai modal awal yang menggerakkan warga memperbaiki ekonominya.

Kegiatan pendampingan (*facilitation*) dan konsultasi dilakukan agar warga merasa diperhatikan, dipentingkan, dihargai, dilibatkan sehingga tetap tercipta hubungan baik antara pihak STAIN Kediri dengan masyarakat. Monitoring dan evaluasi partisipatif juga dilakukan untuk mengukur dan melihat sejauhmana peran dan keterlibatan warga dalam kegiatan ini dan juga melihat indikator keberhasilannya. Strategi/metode yang dipilih dalam kegiatan ini dinilai sudah sangat tepat dan relevan. Terlihat dari semua karya yang dihasilkan sudah melebihi harapan, sangat variatif sekali, dan sudah layak untuk dipasarkan.

Pelatihan ini melibatkan 20 orang warga sebagai subjek sasaran yang terdiri dari kaum ibu rumah tangga dan remaja putri yang putus sekolah dan yang masih bersekolah. Pendamping di bantu oleh Bapak Muda Hariadi selaku ketua RT 01 RW 01 Dusun Laharpang Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri dalam mengumpulkan warga. Bekerja sama juga dengan Pimpinan Daerah Nasyiatul 'Aisyiyah Kota Kediri untuk membantu pendamping menjadi pemateri dan moderatornya. Pendamping menggandeng Nasyiatul 'Aisyiyah dengan pertimbangan bahwa mereka sebelumnya sudah pernah menjadi relawan di Dusun Laharpang tersebut ketika musibah meletusnya Gunung Kelud terjadi, sehingga sudah mengetahui situasi dan kondisi yang ada di sana.

Kegiatan pemberdayaan ini dilaksanakan selama 3 bulan yang terbagi dalam tiga tahap yaitu: (1) tahap perencanaan, (2) tahap pelaksanaan, (3) tahap pelaporan. Tahap perencanaan telah ditetapkan hal-hal sebagai berikut: pemilihan tempat kegiatan pemberdayaan yang berlokasi di Dusun Laharpang Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri yang hanya berjarak kurang dari radius 5 km dari erupsi Gunung Kelud. Kami juga melakukan survey lokasi dan meminta izin terlebih dahulu kepada pemerintah setempat.

Tahap pelaksanaan berupa penyajian materi secara teori dan demonstrasi serta tanya jawab selama 60 menit, dilanjutkan dengan praktik langsung membuat kreasi kerajinan tangan kain flanel berupa benda-benda souvenir yang memiliki fungsi bagi kehidupan sehari-hari. Diantaranya adalah vas bunga beserta bunga hiasnya, tempat pensil, gantungan kunci, tempat HP, jepit rambut, jepit tiptop, bando, ikat rambut, pensil hias, sandal jepit hias, bros, gantungan kamar, gantungan

kaca, dan lain-lain. Tahap yang terakhir adalah pembuatan laporan kegiatan dan *follow up*.

Kegiatan pelatihan kreasi kerajinan tangan kain flanel ini dilaksanakan dua kali pada hari Minggu yaitu tanggal 16 November 2014 dan 30 November 2014 tahun lalu. Kegiatan dimulai pukul 14.00 sampai dengan pukul 16.30 WIB. Kegiatan diawali dengan mengumpulkan peserta di rumah Ibu Kasini yang sekaligus sebagai tempat pelatihannya. Target peserta 30 orang ternyata hanya terpenuhi 20 orang saja dikarenakan banyak sebagian ibu dan remaja putri yang tidak bisa meninggalkan rumah karena ada kerepotan atau kesibukan mengurus anak kecil dan masih ada yang bekerja di tegalan atau kebun rumahnya yang pada waktu itu sedang musim tanam.

Ibu Aini Sukriyah, M. Pd.I selaku pemateri yang dimoderatori oleh Ibu Islamiati Rahayu, M. Pd.I menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan cara membuat kreasi kerajinan tangan kain flanel melalui metode ceramah. Peserta terlihat antusias dan semangat sekali mengikuti kegiatan ini dan mereka sangat tertarik untuk mencoba. Untuk kegiatan praktik langsungnya, pendamping meminta pemateri membagi peserta yang hadir ke dalam tiga kelompok dengan maksud agar para ibu dan remaja putri bisa saling bekerja sama dalam kelompoknya sehingga didapatkan penilaian tim yang terkompak dan tersolid.

Kelompok satu dengan nama kelompok Bonbin mengusung tema hewan yang beranggotakan lima orang membuat kreasi benda berupa bando, jepit tiptop, bros, gantungan kunci, jepit rambut, ikat rambut, pensil hias, sandal hias, dan gantungan kaca. Total karya yang dihasilkan berjumlah 61. Kelompok dua dengan nama kelompok pita yang beranggotakan enam orang membuat produk berupa bros, gantungan kunci, pensil hias, bando, sandal hias, gantungan pintu, jepit tiptop, tempat HP, jepit rambut, dan ikat rambut karet. Total karya yang dihasilkan berjumlah 51. Kelompok tiga dengan nama kelompok cinta yang beranggotakan sembilan orang membuat tempat pensil, vas bunga dan bunga hiasnya, sandal hias, tempat pensil, bando, jepit tiptop, ikat rambut, bros, pensil hias, gantungan pintu, gantungan kaca, dan jepit rambut. Total karya yang dihasilkan berjumlah 48.

Hasil kegiatan keterampilan sederhana kreasi kerajinan tangan kain flanel ini secara umum dapat dikatakan berhasil. Semua tugas yang

diberikan pemateri dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Mendapat respon yang positif dari para peserta, dimana para peserta sangat antusias dan semangat mengikuti kegiatan, dan hasilnya juga melebihi harapan. Begitu juga dengan pemateri dan moderator yang senang hati dan tulus ikhlas membantu serta mendampingi peserta dalam proses awal sampai akhir.

Di sisi lain, masih ditemukan beberapa kendala dalam pelaksanaan yaitu masalah menentukan waktu. Banyak warga pada waktu pagi hari yang bekerja di tegalan atau kebun sehingga kegiatan dilaksanakan menjelang sore yaitu pukul 14.00. Beberapa peserta yang tergabung dalam kelompok bonbin mengeluhkan mengantuk karena mengerjakannya di malam hari setelah menyelesaikan semua pekerjaan rumah tangga dan di kebun. Ada juga peserta yang kurang memahami teknik pengerjaan karena merasa hasil karyanya kurang rapi.

Feedback dari peserta tersebut ditanggapi oleh pemateri dengan memberikan solusi akan memintakan buku panduan tentang kreasi kerajinan tangan kain flanel kepada pendamping. Agar peserta dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang kreasi kerajinan tangan kain flanel dan menumbuhkan semangat belajar serta gemar membaca. Kemudian agar karya yang dihasilkan lebih halus lagi disarankan agar peserta lebih banyak latihan dan tetap semangat untuk terus mencoba hingga mendapatkan hasil yang memuaskan.

Dampak Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Rekonstruksi Ekonomi bagi Warga Dusun Laharpang

Menurut teori, pemberdayaan masyarakat merupakan serangkaian upaya berkelanjutan yang bertumpu pada tingkat kesadaran, kemampuan, dan akses sumber daya yang dimiliki masyarakat setempat. Setiap capaian merupakan titik awal upaya selanjutnya. Wujud nyata pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan adalah pengikutsertaan masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pemilikan pembangunan. Merupakan serangkaian upaya pengembangan kesadaran, kemampuan dan akses sumber daya peningkatan kemandirian mengelola diri dan lingkungan dalam rangka mewujudkan kemakmuran, kesejahteraan dan ketentraman masyarakat (Murti, 2009).

Dengan adanya pelatihan kreasi kerajinan tangan kain flanel ini diharapkan warga dapat menerapkan pengetahuan yang telah diberikan, selalu menggali ide baru untuk terus berkreasi, mempunyai jiwa kemandirian, dan menjadi insan yang produktif. Dampak dari kegiatan ini adalah terjadinya perubahan *mind set* yaitu:

1. Memahami keterampilan kreasi kerajinan tangan kain flanel sebagai kegiatan ekonomi kelompok.
2. Mengetahui pemasaran yang lebih modern dengan cara yang tidak hanya memasukkan ke instansi sekolah, kelompok pengajian, toko-toko asesoris, pameran, dan penawaran langsung ke konsumen tapi juga bisa memasarkan melalui media *on line* (internet).
3. Mengembangkan hasil karya yang dibuat agar lebih inovatif dan kreatif lagi.

Dampak lainnya adalah terjadi pembentukan karakter pada peserta yaitu:

1. Kebersamaan (berkelompok)
2. Kerja keras (mengerjakan tugas dengan semangat)
3. Disiplin (tepat waktu mengumpulkan karya)
4. Kepemimpinan (berorganisasi dalam kelompok)
5. Kreativitas
6. Menjadi gemar membaca
7. Komunikasi di depan umum/presentasi

Penutup

Komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan dari satu sumber kepada sumber lain yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman ataupun pemaknaan bersama dalam hal ini dapat dilakukan ketika membantu warga yang menjadi tertimpa bencana seperti yang dialami oleh warga Dusun Laharpang Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri yang menjadi korban erupsi Gunung Kelud pada bulan Februari tahun 2014 lalu. Dalam menyampaikan pesan kepada korban bencana harus berpijak kepada empati yang diartikan sebagai partisipasi emosional dan intelektual secara imajinatif pada pengalaman orang lain.

Manajemen bencana dimulai dari tahapan pra bencana, saat bencana berupa tanggap darurat, dan pascabencana dengan rekonstruksi dan rehabilitasi. Manajemen pasca bencana dengan rekonstruksi yang dimaksud adalah rekonstruksi ekonomi melalui kegiatan pemberdayaan bagi kaum ibu dan remaja putri di Dusun Lahapang yang memerlukan bantuan proses penguatan ekonomi dan sosial dalam konteks kesejahteraan hidup masyarakat.

Merupakan bukti nyata peran aktif dari kampus STAIN Kediri dalam kegiatan komunikasi bencana sekaligus untuk menjalin silaturahmi dan komunikasi yang efektif dan produktif antara perguruan tinggi dengan masyarakat dalam usaha pemberdayaan berbasis rekonstruksi ekonomi melalui pelatihan kreasi kerajinan tangan kain flanel bagi kelompok ibu dan remaja putri di Dusun Laharpang Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri. Sehingga ke depannya, diharapkan dapat meningkatkan citra positif kampus STAIN Kediri di mata *stakeholders* yang seterusnya dapat ditindaklanjuti secara kontinyu dengan kegiatan produktif lainnya. Diantaranya adalah pelatihan: menjahit menggunakan mesin, membatik, tata rias dan kecantikan wajah, salon dan potong rambut, memasak, serta pelatihan lainnya yang bermanfaat bagi peningkatan kualitas hidup perempuan.

Daftar Pustaka

- Budi, Setio H.H. 2011. *Komunikasi Bencana*. Yogyakarta: Litera.
- Notosusanto, Smita dan E. Kristi Poerwandari. 1997. *Perempuan dan Pemberdayaan*. Jakarta: Obor.
- Ramli, Soehatman. 2010. *Pedoman Praktis Manajemen Bencana (Disaster Management)*. Jakarta: PT Dian Rakyat.
- Samovar, Larry A, Richard E. Porter & Edwin R. Mc.Daniel. 2010. *Communication Between Culture*, Sixth Edition, Australia: Thomson-Wadsworth International Student Edition.
- Sudibyakto, H.A. 2011. *Manajemen Bencana di Indonesia Ke Mana?.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

UINSA, Tim. 2015. *Community Based Research*. Surabaya:LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya.

Wood, Julia T. 2004. *Communication Theories in Action. Third Edition*, Canada: Thomson-Wadsworth Publishing.

Referensi Pendukung

www.tempo.com

www.fifiensulistiyowati.blogspot.co.id

www.bayoedarkochan.wordpress.com

www.jacobbreemersemm.blogspot.co.id

www.dederosyada.lec.uinjkt.ac.id

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

Makalah Dra. Endang Murti, M.Si., yang disampaikan dalam Pembekalan Kuliah Kerja Nyata Universitas Merdeka Madiun Tahun 2009.

Dinamika *Relationship* dalam Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Sulawesi Tengah dan Mahasiswa Jawa di Yogyakarta

Oleh:

Donal Adrian

donal.adrian2014@gmail.com

Ardi Kusumo Wardhono

ardikw@hotmail.com

Dewajani Sitouresmi

tsabitha_sh@yahoo.com

Abstrak

Dalam perkembangannya, sebagai mahasiswa pendatang (mahasiswa Sulawesi Tengah) dengan budaya yang minoritas tentunya akan melakukan interaksi sosial pada budaya mayoritas sebagai budaya asli yang berada di Yogyakarta, yaitu budaya Jawa. Perbedaan latar belakang budaya antar etnik dalam interaksi sosial pada hakikatnya akan menyebabkan terjadinya masalah, seperti adanya perbedaan cara berkomunikasi baik dari perbedaan penggunaan pesan verbal dan non-verbal dan adanya perbedaan kebiasaan-kebiasaan dari cara bersikap dan berperilaku. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis komunikasi antarbudaya mahasiswa Sulawesi Tengah terhadap mahasiswa Jawa di Yogyakarta dalam dinamika *relationship*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengambilan sampel/informan menggunakan *maximum varians sampling* yang berjumlah 9 informan mahasiswa Sulawesi Tengah di Yogyakarta. Untuk teknik analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika *relationship* pada level pertemanan antara mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta yaitu dari segi masalah yang sering terjadi antara mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta, adanya kesalahpahaman pesan dan perbedaan persepsi. Oleh karena itu, digunakan komunikasi secara dialogis dengan cara melakukan permintaan maaf dan berdiskusi terkait dengan penyampaian informasi tentang budaya yang dimiliki.

Kata Kunci: Komunikasi antarbudaya, *Relationship*, Komunikator

Pendahuluan

Latar Belakang

Di Indonesia, Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota Pelajar yang dijadikan sebagai surga pendidikan bagi setiap mahasiswa yang ingin menimba ilmu pengetahuan dan menempa diri demi meraih cita-cita. Di kota ini, hampir semua jurusan atau cabang ilmu pengetahuan diajarkan di berbagai universitas baik negeri dan swasta dengan menawarkan mutu pendidikan yang sangat baik. Banyak lulusan (alumnus) dari universitas-universitas di Yogyakarta menjadi orang “hebat” dan memiliki karir gemilang di Indonesia, salah satunya yaitu presiden Republik Indonesia bapak Joko Widodo yang merupakan lulusan dari Universitas Gajah Mada.

Setiap tahunnya, Kota Yogyakarta didatangi oleh beribu-ribu calon mahasiswa dari berbagai penjuru di Indonesia baik Sabang sampai Merauke, seperti daerah Papua, Ambon, Kalimantan, Sulawesi, dan Sumatera. Mahasiswa-mahasiswa tersebut melanjutkan pendidikan dengan berbeda level, ada yang melanjutkan pada level sarjana, pascasarjana master dan level doktor.

Dalam perkembangannya, sebagai mahasiswa pendatang dengan budaya yang minoritas tentunya akan melakukan interaksi sosial pada budaya mayoritas sebagai budaya asli yang berada di Yogyakarta, yaitu budaya Jawa. Perbedaan latar belakang budaya antar etnik dalam interaksi sosial pada hakikatnya akan menyebabkan terjadinya masalah. Sya’roni (2008) menyatakan bahwa interaksi sosial tidak secara otomatis berlangsung dengan baik, terutama dalam hal interaksi dengan etnik lain. Perbedaan budaya antar etnik pada dasarnya sangat menentukan cara berkomunikasi bagi setiap orang, (Xiaochi Zhang, 2010:224)

Perbedaan cara berkomunikasi dapat menyebabkan terjadinya masalah antar etnik dikarenakan adanya perbedaan persepsi, perbedaan penggunaan pesan baik verbal dan non-verbal dan adanya perbedaan kebiasaan-kebiasaan dari cara bersikap dan berperilaku.

Andriana Noro Iswari dan Prof. Pawito, Ph.D dengan judul artikel Komunikasi Antar Budaya di Kalangan Mahasiswa (Studi tentang Komunikasi Antar Budaya di Kalangan Mahasiswa Etnis Batak dengan

Mahasiswa etnis Jawa di Universitas Sebelas Maret Surakarta (<http://www.academia.edu>), menjelaskan bahwa diakui atau tidak perbedaan latar belakang budaya bisa membuat kita sangat kaku dalam proses berinteraksi dan berkomunikasi. Untuk mewujudkan komunikasi yang baik atau efektif dengan latar belakang budaya yang berbeda, tidak sesulit yang kita bayangkan dan tidak semudah anggapan banyak orang. Dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan budaya yang berbeda, banyak hal yang harus diperhatikan dan banyak juga kemungkinan terjadinya kesalahpahaman di dalamnya. Perbedaan-perbedaan tersebut melahirkan sikap prasangka sosial, prasangka ekonomi, prasangka politik antaretnik. Sikap itu muncul pada stereotipe antaretnik (menjelekkkan suku lain), jarak sosial (memilih-milih bergaul dengan suku lain), sikap diskriminasi (menyingkirkan suku lain) yang bila tidak ditangani dengan baik akan menimbulkan disintegrasi sosial antaretnik. Jadi pada dasarnya bahwa dengan adanya perbedaan latar belakang budaya, maka akan memunculkan stereotipe masing-masing suku dalam melakukan interaksi yang tentunya akan menghambat terjadinya komunikasi antarbudaya yang efektif.

Pada masyarakat suku Kaili di Sulawesi Tengah memiliki budaya yang sangat berbeda dengan masyarakat suku Jawa di Yogyakarta. Dalam berkomunikasi, masyarakat Sulawesi Tengah memiliki intonasi suara yang lantang, tidak berbelit-belit, dan selalu menyampaikan apa adanya saat berbicara (*jika suka bilang suka, jika tidak bilang tidak*). Hal tersebut, sangat berbeda dengan perilaku yang ditunjukkan oleh masyarakat suku Jawa, saat berkomunikasi intonasi suara yang mereka gunakan begitu halus dan lembut. Perbedaan perilaku yang ditunjukkan oleh kedua budaya tersebut merupakan bagian dari sistem kepercayaan, nilai dan norma yang telah disepakati sebagai wujud dari budaya itu sendiri.

Dalam pra-observasi penelitian terkait dengan perbedaan budaya antara mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta, ditemukan bahwa telah terjadi masalah antara Diyanra yang berstatus sebagai mahasiswa dari Sulawesi Tengah dengan Sinta (mahasiswa bersuku Jawa) yang juga merupakan mahasiswa. Keduanya kuliah di sebuah universitas swasta yang sama di Yogyakarta. Berikut penjelasan dari Diyanra bahwa:

“Sinta adalah *my best friend*, kami sering curhat masalah keluarga (orangtua), percintaan dan masalah kuliah. Namun, saat ini hubungan persahabatan bersama Sinta telah memiliki jarak. Menurutnya saya pernah menyinggung perasaannya dengan ucapanku, dan diam-diam dia membalas dendam dengan menjatuhkan nama baikku dihadapan teman yang lain, saya tidak terima dan sayapun menemui Sinta dan memperlukannya dihadapan semua orang hingga dia menangis” (Hasil Wawancara 23 Februari 2015)

Berdasarkan hasil kutipan wawancara di atas, bahwa perilaku yang ditunjukkan oleh Diyanra merupakan ciri dari budaya yang dimiliki oleh masyarakat di Sulawesi Tengah khususnya pada suku Kaili. Berdasarkan pada sumber (<http://kakarmand.blogspot.com>) dikalangan orang Kaili, mereka menyebut diri mereka dengan istilah "To" di depan nama suku, yaitu *To Kaili*. "To" berarti "orang", "To Kaili" berarti "orang Kaili". Orang Kaili memiliki intonasi suara yang lantang dan terdengar kasar, suka menegur secara langsung jika keluarga atau teman berbuat salah.

Berdasarkan perbedaan latar belakang budaya antara mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta, maka dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada kemampuan berkomunikasi mahasiswa Sulawesi Tengah ketika bertindak sebagai komunikator. Mengapa? Karena sebagai mahasiswa pendatang tentunya akan banyak usaha yang dilakukan terkait dengan penyesuaian dalam hal budaya.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi mahasiswa Sulawesi Tengah jika bertindak sebagai komunikator ketika terjadi dinamika *relationship* terhadap mahasiswa Jawa di Yogyakarta?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi mahasiswa Sulawesi Tengah jika bertindak sebagai komunikator ketika terjadi dinamika *relationship* terhadap mahasiswa Jawa di Yogyakarta.

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi dan budaya tidak bisa dipisahkan, karena setiap proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh setiap orang tentunya tidak akan lepas dari budaya yang dimiliki oleh orang tersebut. Menurut Brian H. Spitzberg (dalam Samovar & Porter, 2000: 375) menjelaskan bahwa komunikasi dalam konteks antarbudaya dikatakan berhasil jika tujuan komunikator tercapai dan cara yang digunakan sesuai dengan konteks. Konteks yang dimaksud meliputi budaya, hubungan, tempat dan fungsi. Budaya merupakan aspek penting dalam memanfaatkan dan mengavualuasi perilaku. Kemampuan perilaku juga tergantung pada bentuk hubungan antara orang-orang yang terlibat di dalamnya apa yang sesuai dilakukan dalam hubungan pertemanan atau hubungan kerja.

Ketika melakukan komunikasi, fungsi pola budaya (kepercayaan, nilai dan norma) dapat diterapkan oleh semua budaya. Kluckhon dan Strodtbeck (dalam Lustig & Koester, 2003: 91) mengklasifikasikan alasan-alasan perlunya menerapkan pola budaya. *Pertama*, setiap manusia dari budaya yang berbeda menghadapi masalah yang umumnya sama dan mereka harus menemukan penyelesaiannya. *Kedua*, jumlah pilihan untuk menyelesaikan problematika budaya sangat terbatas. *Ketiga*, di dalam suatu budaya, solusi permasalahan yang tersedia akan dipilih yang sesuai dengan budaya tersebut tetapi anggotanya bisa jadi akan memilih solusi yang lain. Dan *keempat*, seiring berjalannya waktu, solusi yang telah dipilih akan membentuk asumsi-asumsi budaya yang berhubungan dengan kepercayaan, nilai dan norma.

Komunikasi antarbudaya dalam pandangan DeVito (2001: 53) merupakan komunikasi yang secara budaya memiliki perbedaan kepercayaan, nilai dan bertindak. Semua pesan berawal dari konteks budaya yang unik dan spesifik, dan konteks tersebut akan mempengaruhi isi dan bentuk komunikasi. DeVito juga menyatakan bahwa budaya akan mempengaruhi setiap aspek pengalaman manusia dalam berkomunikasi. Seseorang melakukan komunikasi dengan cara-cara seperti yang dilakukan oleh budayanya. Hal inilah yang disebut oleh Lustig dan Koester (2003: 84) sebagai sebuah *mindset* yang secara tidak sadar akan menuntun seseorang ketika menilai suatu situasi apapun mempersepsi suatu keadaan. Seseorang juga akan menerima pesan yang telah disaring

oleh konteks budayanya. Konteks tersebut akan mempengaruhi apa yang akan diterima dan bagaimana menerimanya.

Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi yang dilakukan sangatlah efektif karena akan diketahui secara langsung tanggapan yang diberikan oleh lawan bicara terkait dengan informasi yang kita berikan tentang diri kita dan masalah yang dihadapi. Menurut De Vito (dalam Liliweri, 2003: 55) menyatakan bahwa komunikasi antarpribadi berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain dalam hal sedikitnya jumlah partisipan yang terlibat, orang-orang yang terlibat (*interecstants*) secara fisik sangat dekat satu sama lain, dan ada banyak *channel* yang dipergunakan dan *feedback*-nya sangat cepat.

Devito menyatakan setidaknya ada empat fungsi dari komunikasi antarpribadi yaitu:

- a. Memperoleh informasi. Alasan seseorang terlibat dalam komunikasi antarpribadi adalah karena kita dapat memperoleh informasi tentang orang lain sehingga kita bisa berinteraksi dengan individu secara lebih efektif. Seseorang bisa memprediksikan secara lebih baik bagaimana orang lain berpikir, merasa dan bertindak jika kita memahaminya.
- b. Membangun konteks pengertian. Kata-kata yang diucapkan bisa mempunyai makna yang berbeda tergantung bagaimana hal tersebut dikatakan dan dalam konteks apa.
- c. Membangun identitas. Peran yang dimainkan dalam hubungan kita, membantu kita dalam membangun identitas. Begitu juga dalam membangun muka, imej publik yang kita perlihatkan pada orang lain.
- d. Kebutuhan-kebutuhan antarpribadi. Seseorang terlibat dalam suatu komunikasi antarpribadi karena kita butuh untuk mengekspresikan dan menerima kebutuhan-kebutuhan antarpribadi. William Schutz mengidentifikasi tiga kebutuhan: inklusi, kontrol dan afeksi. *Inklusi* adalah kebutuhan untuk membangun identitas dengan orang lain. *Kontrol* adalah kebutuhan untuk melatih hubungan dan membuktikan kemampuan seseorang. Sedangkan *afeksi* adalah kebutuhan untuk membangun hubungan dengan orang-orang.

Hubungan Antarpribadi

Berdasarkan kamus *Longman* bahwa pengertian hubungan (*relationship*) adalah cara dua orang atau dua kelompok merasakan satu dengan yang lainnya. Littlejohn dan Foss menyatakan bahwa banyak orang tertarik dengan topik hubungan karena setiap hubungan memiliki dimensi yang berbeda-beda. Adakalanya suatu hubungan dapat terjalin dengan mudah dan menyenangkan namun tidak jarang orang memiliki hubungan yang sulit sehingga hubungan itu tampak aneh dan tidak menarik. Hubungan merupakan topik yang menarik karena selalu berubah dan berkembang. Perubahan yang terjadi terkadang sangat dramatis. Hal yang menarik dalam hubungan adalah orang yang sering bernegosiasi dengan dirinya mengenai topik apa saja yang dapat dibicarakan dengan orang lain dan berapa banyak informasi yang dapat disampaikannya. (Littlejohn & Foss, 2011: 230)

Orang yang melakukan komunikasi antarpribadi secara umum sudah memiliki hubungan antarpribadi yang baik karena didalamnya telah terlibat bentuk psikologi.

Teori-Teori Komunikasi Antarbudaya Dalam Dinamika Hubungan

a. Teori Hubungan Dialektik (*Relational Dialectics Theory*)

Menurut Baxter dan Montgomery (1996) menjelaskan bahwa teori yang dikemukakannya bersifat dialektis, artinya bahwa suatu hubungan adalah tempat dimana berbagai pertentangan atau perbedaan pendapat (kontradiksi) dikelola atau diatur. Baxter menjelaskan lagi bahwa dialektik mengacu pada ketegangan di antara berbagai kekuatan yang saling bertentangan yang berada di dalam suatu sistem.

Teori hubungan dialektik memberikan tiga ketegangan hubungan inti yaitu ekspresi-privasi, kestabilan-perubahan dan penyatuan-perpisahan yang dapat mewujudkan dalam hubungan atau antara hubungan dan orang-orang di luar hubungan (Baxter dan Montgomery, 1996). Penelitian awal mengenai dialektika mengidentifikasi adanya tegangan yang lazim ditemui dalam hubungan asmara dan persahabatan rekan kerja, serta strategi-strategi yang dilakukan orang-orang dalam mengelola ketegangan dialektis, Baxter (1990) (dalam Berger, 2011).

Baxter (dalam Griffin, 2009: 156-160) mengemukakan tiga dialektik yang mempengaruhi hubungan adalah:

- 1) Otonomi dan koneksi (disebut juga *Intergration and Separation*) mengacu pada hasrat untuk menjadi mandiri dari orang-orang terdekat kita (*significant others*). Namun, di lain sisi kita juga ingin akrab dengan mereka. Dengan kata lain, otonomi dan koneksi ini adalah ketegangan (*tension*) hubungan penting yang menunjukkan dualisme hasrat untuk menjadi akrab juga terpisah secara bersamaan.
- 2) Keterbukaan dan proteksi (disebut juga *Expression and Nonexpression*) berfokus pada hasrat yang berkonflik, pertama, untuk bersikap terbuka dan rentan, membuka informasi personal kepada rekan hubungan kita dan kedua, bersikap strategis dan protektif dalam komunikasi. Posisi dialektik ini menonjolkan baik dari rasa hormat hingga ketulusan maupun penyembunyian.
- 3) Kebaruan dan prediktabilitas (disebut juga *Stability and Change*) mengacu pada konflik kenyamanan stabilitas dan kesenangan akan perubahan. Posisi dialektika melihat keyakinan dan ketidakyakinan yang saling berpengaruh dalam hubungan.

Inti dari teori hubungan dialektik menjelaskan bahwa hubungan yang dilakukan oleh individu-individu pada dasarnya akan mengalami ketegangan atau masalah yang tentunya akan membuat hubungan menjadi *disharmonis*. Dalam teori tersebut, penulis tidak menemukan bahwa pernyataan positif terkait dengan manfaat yang baik dari adanya ketegangan dalam suatu *relationship*.

b. Teori Dialogis (*Dialogical Theory*)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dialogis yang dikemukakan oleh Bakhtin. Menurut Bakhtin (1981) dialog adalah mengenai bagaimana kita berinteraksi dalam interaksi khusus. Dialog merupakan ucapan "*utterance*" yaitu suatu unit pertukaran, lisan atau tulisan, di antara dua orang. Suatu ucapan mengacu pada percakapan lisan dalam konteksnya. Suatu ucapan memiliki "tema" yaitu isi percakapan, sikap komunikator terhadap subjek menjadi lawan bicaranya, dan derajat tanggapan dari lawan bicara. Komunikator kemudian mengungkapkan suatu ide dan melakukan evaluasi terhadap

ide itu, ia juga melakukan antisipasi terhadap tanggapan dari lawan bicara.

Orang yang berbicara tidak hanya melakukan antisipasi pandangan lawan bicaranya dan menyesuaikan komunikasinya atas dasar antisipasi itu; lawan bicara juga berpartisipasi dalam pembicaraan dengan memberikan tanggapan, melakukan evaluasi, dan memulai ucapannya sendiri.

Bakhtin (1981) juga menyatakan bahwa dialog adalah proses untuk saling memperkaya; dialog adalah proses dimana masing-masing pihak belajar mengenal dirinya sendiri dan diri orang lain. Dialog tidak hanya kegiatan menemukan tapi juga menghidupkan potensi. Masing-masing dialog bersikap terbuka terhadap suatu pandangan dari pihak lain, masing-masing pihak diperkaya melalui dialog, dan masing-masing pihak menjadi pencipta masa depan, dan masa depan tercipta melalui interaksi, masa depan yang selalu berubah ketika interaksi berubah.

Dalam penelitian ini juga, dituliskan juga pendapat Baxter terkait dengan teori dialogis dengan mengikuti gagasan yang disampaikan oleh Bakhtin. Baxter (1996) melihat dialog sebagai percakapan yang berfungsi memberikan makna pada hubungan (mendefinisikan hubungan) dan melakukan definisi ulang (redefinisi) terhadap hubungan pada situasi yang sebenarnya sepanjang waktu. Baxter menulis bahwa hubungan bersifat dialogis dan dialektis, artinya adanya ketegangan yang timbul dalam suatu hubungan, ketegangan itu dikelola melalui percakapan yang terkoordinasi.

Baxter (2004) yaitu menjelaskan bahwa ada lima sudut pandang dalam melihat proses dialog, yaitu:

- 1) Dialog sebagai proses yang membangun (*Dialogue as a Constitutive Process*)

Baxter menyatakan, komunikasi menciptakan dan menyokong suatu hubungan. Jika praktik komunikasi suatu pasangan berubah, maka hubungan mereka pun berubah pula. Pandangan dialogis mempertimbangkan, perbedaan dan kesamaan pada orang-orang menjadi sama pentingnya. Perbedaan memusatkan pada apa arti dari perbedaan ini bagi pasangan dan

bagaimanamereka bertindak atas arti-arti tersebut. Di lain sisi, persamaan akan sikap-sikap, latar belakang, dan minat dapat merekatkan bersama orang-orang secara positif.

2) Dialog sebagai Aliran Dialektis (*Dialogue as Dialectical Flux*)

Seluruh kehidupan sosial merupakan produk dari “penyatuan yang dikuasai kontradiksi dan penuh ketegangan dari dua hasrat yang berperang.” Eksistensi ini mengkontraskan serangan-serangan berarti bahwa mengembangkan dan mempertahankan hubungan menjadi proses yang sulit ditebak, tidak bisa terselesaikan, dan tidak bisa dipastikan.

3) Dialog sebagai Momen Estetis (*Dialogue as an Aesthetic Moment*)

Baxter menggambarkan sensasi timbal balik tersebut dari penyempurnaan, pelengkapan, atau keseluruhan di tengah pengalaman yang terfragmentasi tersebut tidak berlangsung lama. Namun, kenangan saat-saat yang indah dapat mendukung pasangan melalui turbulensi yang terjadi pada hubungan yang akrab.

4) Dialog sebagai Ungkapan (*Dialogue as Utterance*),

Ungkapan digambarkan sebagai penghubung ekspresif yang membentuk rantai dialog. Oleh karena itu, ungkapan yang disetujui dipengaruhi kata-kata yang keluar sebelumnya dan kata-kata yang akan digunakan. Baxter menekankan pada apakah ungkapan memberi kepercayaan pada suara-suara kedua belah pihak dalam suatu hubungan atau tidak.

5) Dialog sebagai Sensibilitas Kritis (*Dialogue as a Critical Sensibility*)

Suatu kewajiban untuk mengkritik suara yang dominan, khususnya mereka yang menekan pandangan-pandangan yang berlawanan.

Inti konsepsi Bakhtin tentang dialog merupakan ucapan ‘*utterance*’ yaitu suatu unit pertukaran, lisan atau tulisan, di antara dua orang. Dalam teori tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang menjalin *relationship* dengan orang lain, semata-mata hanya melakukan pertukaran pesan tanpa melihat bahwa pertukaran pesan

akan menjadi tidak efektif, jika di dalam sebuah *relationship* terjadi ketegangan.

Dialog dapat diartikan sebagai “percakapan” dan “cara berhubungan” antarpersonal. Dialog merupakan proses komunikasi kecil di mana para peserta dapat mengatakan atau mendengar sesuatu yang mereka belum pernah katakan dan dengar sebelumnya, dan dari situlah bertumbuh perubahan sikap saling memberi dan menerima di antara mereka. Dialog merupakan salah satu pendekatan dalam komunikasi yang menekankan sikap dan perilaku, mendengarkan, belajar dan mengembangkan pemahaman bersama. *Dialog* merupakan komunikasi di antara para pihak mengemukakan pandangan mereka untuk saling mendengarkan secara mendalam, di mana dialog mencoba agar para pendengar dapat mendengarkan pandangan dan eksplorasi mental terhadap suatu topik tertentu dan seorang pembicara. (Senge, 1990). Dialog yang sukses menghasilkan pengertian bersama, bukan memenangkan atau mengabaikan pendapat orang lain yang mungkin sekali kurang relevan. Liliweri (2011:398-399)

1) Komponen Dialog

- a) *Issue*. Setiap dialog dimulai dengan beberapa perbedaan pendapat atau konflik (statis) yang mengarah pada perumusan masalah, dan rupanya inilah yang diinginkan dan dibutuhkan untuk segera dibahas dan diselesaikan. Apa yang menjadi dasar dari perbedaan pendapat? Jawabannya adalah *issue*. Masalahnya adalah setiap isu umumnya dilandasi seperangkai proposisi yang menetapkan agenda untuk percakapan, dan agenda itu harus dirumuskan agar dapat dibuktikan atau disangkal oleh setiap peserta.
- b) *Dispute*. Salah satu jenis dialog persuasif adalah *dispute* (sengketa), di mana masing-masing pihak berada dalam suasana bersengketa tentang suatu atau beberapa kepentingan tertentu. Masing-masing yang terlibat dalam dialog mengandalkan segala macam cara untuk mengajukan argumen dan tesis mereka yang sudah pasti dinegasi oleh pihak lain.

c) *Confrontation Phase Of . . .* Van Eemeren dan Grootendorst (1984), membedakan fase konfrontasi awal dialog di mana para peserta menentukan tujuan diskusi dan klarifikasi atau menyetujui beberapa peraturan. Persetujuan atau klarifikasi ini dapat terjadi sejauh mereka dikenal oleh pihak yang diminta untuk mengkritik atau mewacanakan dan mendefinisikan konteks dialog. Liliweri (2011:406)

2) Jenis-jenis Dialog

- a) *Two sides*. Ingat bahwa yang menjadi dasar utama dialog adalah harus ada dua peserta, masing-masing pihak mewakili satu sisi masalah yang akan dibahas. Secara konvensional kedua peserta disebut *proponent* dan *respondent*.
- b) *Moves*. Sebuah dialog merupakan gerakan yang dinamis yang berturutan secara teratur dari pertukaran isu-isu dari masing-masing pihak. Biasanya, setiap peserta mendapatkan giliran dalam gerakan ini. Jadi dialog benar-benar merupakan urutan pertanyaan dan jawaban untuk satu atau lebih pertanyaan antar dua pihak.
- c) *Commitment*. Yang disebut kesepakatan yang diajukan dalam bentuk proposisi dan kesepakatan itu akan mengikat dua pihak.
- d) *Procedural rules* (aturan prosedural). Aturan yang perlu untuk mendefinisikan gerakan atau dinamika dari dialog, misalnya “gerakan” mana yang boleh atau yang tidak boleh.
- e) *Goals of dialogue*. Dialog harus memiliki tujuan tertentu, harus ada kriteria keberhasilan. Implementasi dari tujuan itulah akan digerakan bersama-sama menuju sukses suatu dialog, Liliweri (2011:407)

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitiannya yaitu mahasiswa Sulawesi Tengah di Yogyakarta. Penarikan informan melalui *purposive sampling*, dengan jenis *maximum variety* yang kemudian menghasilkan 9 informan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dan observasi. Untuk analisis data, peneliti melakukan *display data*,

kemudian melakukan reduksi data dengan cara turun ke lapangan lebih dari satu kali dan melakukan *record*. Tahap yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan.

Pembahasan

Dinamika *Relationship* mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta

Pada tahap dinamika hubungan antara mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta, ditemukan pola terkait dengan adanya masalah dan proses penyelesaian masalah.

a. Masalah

Hasil temuan penelitian terkait dengan masalah yang muncul dalam hubungan pertemanan antara mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta, pada dasarnya disebabkan kesalahpahaman pemaknaan pesan seperti pada intonasi suara dan penggunaan kata '*Kau*'.

Mahasiswa atau masyarakat Jawa merasa tidak dihargai oleh mahasiswa Sulawesi Tengah saat berkomunikasi, disebabkan intonasi suara mahasiswa Sulawesi Tengah sangat lantang dalam menyampaikan pesan. Hal itu berbanding terbalik dengan intonasi suara yang digunakan oleh suku Jawa yaitu lebih halus dan lembut dalam berkomunikasi. Selain terkait dengan penggunaan intonasi suara, kesalahpahaman pesan juga disebabkan oleh penggunaan kata '*Kau*'. Pada mahasiswa Sulawesi Tengah, penggunaan kata '*Kau*' masih dimaknai sebagai kata yang sopan, namun pada budaya Jawa, kata '*Kau*' merupakan kata yang tidak sopan saat digunakan dalam berkomunikasi walaupun dengan teman sebaya.

Hasil temuan penelitian terkait dengan masalah yang terjadi antara mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta, memiliki keterkaitan dengan teori hubungan dialektik yang ditulis oleh Leslie Baxter. Menurut Baxter dan Montgomery (1996) menjelaskan bahwa teori yang dikemukakannya bersifat dialektis, artinya bahwa suatu hubungan adalah tempat dimana berbagai pertentangan atau perbedaan pendapat (kontradiksi) dikelola atau diatur. Baxter menjelaskan lagi bahwa dialektik mengacu pada

ketegangan di antara berbagai kekuatan yang saling bertentangan yang berada di dalam suatu sistem. Penelitian awal mengenai dialektika mengidentifikasi adanya tegangan yang lazim ditemui dalam hubungan asmara dan persahabatan rekan kerja, serta strategi-strategi yang dilakukan orang-orang dalam mengelola ketegangan dialektis, Baxter (1990) (dalam Berger, 2011).

Pada jurnal berjudul *Cross-Cultural and Intercultural Communication*, dengan editor William B Gudykunst menjelaskan bahwa dalam pendekatan dialektika menawarkan pemahaman tentang keruwetan dalam hubungan komunikasi antarbudaya. Setiap pergeseran dalam unsur dialektika akan menyebabkan perubahan pada hubungan antarbudaya. (Sumber: jurnal transdisiplin Sosiologi, Komunikasi dan Ekologi Manusia, hal 475, Volume 1, Nomor 3, tahun 2007).

Penyelesaian Masalah

Pada proses penyelesaian masalah, dalam hasil temuan penelitian ditandai dengan adanya proses komunikasi dua arah yaitu melakukan permintaan maaf dan saling memaafkan kesalahan serta melakukan juga adanya diskusi. Hasil temuan penelitian dalam proses penyelesaian masalah pada dasarnya dilakukan dengan cara saling bertukar pendapat terkait dengan informasi yang tidak diketahui oleh individu yang satu dengan individu lainnya ataupun sebaliknya. Menurut Bakhtin (1981) dialog adalah mengenai bagaimana kita berinteraksi dalam interaksi khusus. Dialog merupakan ucapan *‘utterance’* yaitu suatu unit pertukaran, lisan atau tulisan, di antara dua orang. Suatu ucapan mengacu pada percakapan lisan dalam konteksnya. Suatu ucapan memiliki “tema” yaitu isi percakapan, sikap komunikator terhadap subjek menjadi lawan bicaranya, dan derajat tanggapan dari lawan bicara. Komunikator kemudian mengungkapkan suatu ide dan melakukan evaluasi terhadap ide itu, ia juga melakukan antisipasi terhadap tanggapan dari lawan bicara.

Bakhtin (1981) juga menyatakan bahwa dialog adalah proses untuk saling memperkaya; dialog adalah proses dimana masing-masing pihak belajar mengenal dirinya sendiri dan diri orang lain. Dialog tidak hanya kegiatan menemukan tapi juga menghidupkan

potensi. Masing-masing dialog bersikap terbuka terhadap suatu pandangan dari pihak lain, masing-masing pihak diperkaya melalui dialog, dan masing-masing pihak menjadi pencipta masa depan, dan masa depan tercipta melalui interaksi, masa depan yang selalu berubah ketika interaksi berubah.

Pendapat Baxter (1996) melihat dialog sebagai percakapan yang berfungsi memberikan makna pada hubungan (mendefinisikan hubungan) dan melakukan definisi ulang (redefinisi) terhadap hubungan pada situasi yang sebenarnya sepanjang waktu. Baxter menulis bahwa hubungan bersifat dialogis dan dialektis, artinya adanya ketegangan yang timbul dalam suatu hubungan, ketegangan itu dikelola melalui percakapan yang terkoordinasi.

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang kemudian diuraikan dalam hasil analisis, maka dapat ditarik kesimpulan terkait dengan dinamika *relationship* mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta bahwa pada hubungan (*Relationship*) pertemanan antara mahasiswa Sulawesi Tengah dan mahasiswa Jawa di Yogyakarta ditemukan adanya masalah yang disebabkan oleh kesalahpahaman pesan dan perbedaan persepsi. Dari masalah tersebut, maka digunakan bentuk komunikasi secara dialogis antara mahasiswa Sulawesi tengah dan mahasiswa Jawa yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah, seperti melakukan tindakan meminta maaf dan berdiskusi.

Daftar Rujukan

Bakhtin, Mikhail M. *The Dialogic Imagination: Four Essays*, ed Michael Holquist, trans. Caryl Emerson and Michael Holquist, University. Of Texas Press. 1981

Baxter, L. A., & Montgomery, B.M (1996) . *Relating: Dialogues and Dialectics*. New York: Guildford.

_____. 2004. *Relationship As Dialogues*. *Personal Relationship*, 11, 1-22

- Dinamika Relationship dalam Komunikasi... (Donal A, Ardi K.W, dan Dewanjani S)
- Berger, C. R. dkk. 2011. *The Handbook Of Communication Science*. USA: Wadsworth
- _____. 1997. *Planning Strategic Interaction: Attaining Goals Through Communicative Action*. Lawrence Erlbaum
- Devito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book (Ninth Edition)*. New York Addison Wesley Longman, Inc, 1998
- Gudykunst, William B. 2007. *Cross-Cultural and Intercultural Communication*. *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi dan Ekologi Manusia*. 1(3). Hal 475
- Liliweri, Alo. 2001. *Gatra – Gatra Komunikasi AntarBudaya*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- _____. 2003. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- _____. (2005). *Prasangka dan Konflik-Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta: LkiS
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Theories Of Human Communication*, Tenth Edition. USA: Waveland Press, Inc, 2011
- _____. 2008. *Theories Of Human Communication 9th Edition*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Lustig, Myron, dan Jolene Koester. *Intercultural Competence, Interpersonal Communication Across Cultures (Fourth Edition)*. USA: Allyn & Bacon Pub., 2003
- Sya'roni. 2008. Interaksi Sosial Antar Kelompok Etnik di Kelurahan Tambak Sari Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi. *Kontekstualita*. 23(1):15-25
- Zhang, Xiaochi. 2010. *Developing Students' Intercultural Communication Competences in Western Etiquette Teaching*. China West Normal University. Vol. 3, No. 4. p. 224-227

Prosiding Seminar Nasional FISIP Unirow Tuban Tahun 2017

<http://www.academia.edu>

<http://sosbud.kompasiana.com>

Penggunaan Media Baru Sebagai Saluran Komunikasi Budaya Lokal oleh Penulis Sunda di Kota Bandung

Oleh:

Santi Susanti¹, Fitri Perdana²

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

[¹santisusanti2202@gmail.com](mailto:santisusanti2202@gmail.com)

[²peet_lithuania79@ymail.com](mailto:peet_lithuania79@ymail.com)

Abstrak

Kehadiran media baru berbasis internet telah mengubah cara manusia berkomunikasi dengan sesamanya. Melalui media baru, komunikasi dapat dilakukan secara pribadi maupun massa, secara bebas, interaktif dan dalam waktu yang relatif singkat, serta terdokumentasikan. Dengan berbagai kelebihan dibandingkan media konvensional, media baru dimanfaatkan untuk beragam tujuan, salah satunya sebagai saluran komunikasi budaya lokal, yang disampaikan oleh para penulis Sunda di Kota Bandung. Di sisi lain, media massa konvensional tetap digunakan oleh para penulis Sunda untuk menyampaikan *kasundaan* kepada khalayak luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan penggunaan media baru sebagai saluran komunikasi dalam mengenalkan budaya Sunda kepada masyarakat luas oleh penulis Sunda di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan fenomenologi, untuk mengungkapkan pengalaman penulis Sunda dalam mengomunikasikan budaya Sunda melalui media komunikasi konvensional dan berbasis internet. Hasil penelitian mengungkapkan, dengan motif menjaga kelestarian budaya lokal, para penulis Sunda di Kota Bandung mengkomunikasikan *kasundaan* melalui buku, majalah, surat kabar, serta saluran turunan dari media baru, seperti *website/ blog* dan *facebook*. Konten *kasundaan* disampaikan dalam bentuk fiksi dan nonfiksi berupa tulisan essay, humor, naratif dan karikatur. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Sunda, bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bagi para penulis Sunda, menggunakan media massa dan media baru dalam mengkomunikasikan budaya Sunda, merupakan upaya untuk memperpanjang fungsi budaya sekaligus menebarkan harapan, budaya lokal Sunda dapat berkontribusi pada peradaban global.

Kata kunci: media baru, komunikasi, budaya lokal Sunda, pelestarian budaya, peradaban global.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memunculkan adanya media baru. Istilah ini merujuk pada kehadiran media informasi dan komunikasi berbasis internet yang telah mengubah kehidupan sosial budaya manusia, terutama dalam cara berkomunikasi. Media baru membuat cara berkomunikasi menjadi lebih mudah dengan hadirnya sejumlah perangkat keras dan perangkat lunak yang terintegrasi, antara lain *smartphone* dan aplikasi untuk berkomunikasi, yang dikenal sebagai media sosial, seperti *facebook*, *website & blog*, *instagram*, *whatsapp*, *path*, *twitter* dan lainnya. Kehadiran media baru membentuk budaya baru dalam berkomunikasi. Banyak orang yang menjadikan media sosial sebagai sarana berbagi dan pencarian informasi dengan segala bentuknya. Mulai dari teks tertulis, foto, gambar, hingga video. Media baru memperluas fungsi media dari sekedar memberi informasi, menghibur, dan mendidik, menjadi pembentukan budaya yang partisipatif dan intelektualitas kolektif.

Dennis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) menyebutkan ciri utama media baru, yaitu adanya saling keterhubungan (interkonektivitas), aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Melalui media baru, komunikasi dapat dilakukan secara pribadi maupun massa, interaktif, dan dapat mencapai khalayak yang luas dalam waktu singkat, serta terdokumentasikan secara digital.

Dengan berbagai kelebihan dibandingkan media konvensional, media baru dimanfaatkan untuk berbagai tujuan, salah satunya sebagai saluran komunikasi budaya lokal, yang disampaikan oleh penulis Sunda di Kota Bandung. Setiap penulis Sunda memiliki caranya sendiri dalam mengomunikasikan kasundaan melalui media baru, sesuai dengan minat dan kemampuannya sehingga bentuk materi kasundaan yang disampaikannya pun beragam bentuk dan isinya.

Untuk itu, penelitian ini bertujuan mengungkapkan bagaimana penggunaan media baru sebagai saluran komunikasi budaya lokal oleh penulis Sunda di Kota Bandung. Juga menemukan motif dibalik perilaku penulis Sunda dalam mengkomunikasikan budaya lokal melalui media baru.

Penelitian ini akan mengungkapkan pengalaman para penulis Sunda dalam menggunakan media baru untuk mengkomunikasikan *kasundaan*. Untuk itu, digunakan teori fenomenologi, yang termasuk ke dalam kelompok teori subyektif. Menurut teori ini, realitas dikonstruksi menurut sudut pandang subyek yang dijadikan partisipan penelitian. Peneliti sebagai instrumen penelitian, mencoba merangkai pengalaman subyek yang diteliti menjadi realitas yang ditemukan sesuai sudut pandang mereka.

Menurut Polkinghorne (1989, dalam Creswell, 1998: 51), penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji. Fenomenologis tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui mengenai orang yang ditelitinya. Konstruksi kebenaran yang dibangun oleh peneliti, harus memegang teguh prinsip bahwa peneliti hanya menemukan permasalahan, bukan membuktikannya. Kunci penemuan kebenaran ada pada subyek yang ditelaah atau orang yang ditemukan masalahnya. (Bajari, 2009: 75).

Pendekatan fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang digagas oleh Edmund Husserl, seorang ahli matematika Jerman, yang kemudian dikenal sebagai Bapak Fenomenologi. Husserl meletakkan dasar-dasar fenomenologi sebagai aliran filsafat dengan menyatakan bahwa kebenaran fenomena seperti tampak apa adanya. Husserl (1913), dalam Kuswarno, (2009: 10) berpendapat, dengan fenomenologi dapat dipelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung, seolah-olah kita mengalaminya sendiri. Fenomenologi memandang benda-benda dan peristiwa-peristiwa dari sudut pandang individu yang mengalami hal-hal tersebut.

Menurut Husserl (1913), dalam Kuswarno (2009: 6), fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan obyektif yang disengaja dari tindakan sadar subyektif. Penjelasan Husserl masuk dalam ranah fenomenologi idealis karena menyerukan untuk kembali kepada sumber asli pada diri subyek dan kesadaran. Jadi realita dalam fenomenologi adalah cara bagaimana berbagai hal muncul dalam persepsi sadar dari

individu. Demikian halnya dengan Penulis Sunda, yang mempersepsi realitas atau fenomena yang dihadapinya secara sadar berdasarkan latar belakang pengetahuan dan pengalaman yang pernah dilaluinya, termasuk latar belakang budaya yang membentuk diri mereka.

Pemikiran Husserl tentang fenomenologi ini menjadi acuan filosof setelahnya untuk mengembangkannya ke ranah yang lebih luas. Salah satunya adalah Alfred Schutz, seorang filsuf fenomenologi yang dilahirkan di Vienna, Austria. Alfred Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi yang digagas Edmund Husserl ke dalam penelitian ilmu sosial, sehingga pemikiran-pemikiran Husserl yang dirasa abstrak pada masa itu dapat dimengerti. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subyektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Teori Fenomonologi yang diperdalam Schutz merupakan penyempurnaan atas konsep transendental Husserl yang digabungkan dengan konsep *verstehen* Max Weber (Waters, 1994: 34-35), yang mengarah pada suatu tindakan bermotif pada tujuan yang hendak dicapai.

Schutz membagi tindakan seseorang ke dalam dua motif, yaitu tindakan *in-order-to-motive* yang merujuk pada masa datang; dan tindakan *because motive* yang merujuk pada masa lalu. Mengacu pada teori fenomenologi yang digagas Husserl dan dikembangkan oleh Schutz, maka Penulis Sunda merupakan subyek kehidupan yang secara sadar akan melakukan pemaknaan terhadap realitas atau obyek yang dilihat dan dirasakannya. Sebagai subyek, penulis memaknai realitas yang dihadapinya melalui proses internalisasi dan interaksi dengan aktor lain dalam proses intersubyektifitas. Hasil internalisasi dan interaksi tersebut kemudian diinterpretasikan ke dalam pesan berbentuk tulisan.

Selain itu, mengikuti pemikiran Schutz, Penulis Sunda sebagai pelaku memiliki salah satu dari dua motif, berdasarkan pengalaman masa lalu dan tujuan yang ingin dicapai dalam tulisannya. Tentu saja motif tersebut akan menentukan penilaian terhadap dirinya sendiri dalam statusnya sebagai Penulis Sunda.

Para penulis Sunda yang dijadikan informan penelitian masih konsisten menulis tentang *kasundaan* meskipun peminat karya tulis Sunda relatif tidak bertambah. Adapun beberapa konsep yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah komunikasi, budaya Sunda,

penulis Sunda, bahasa, pelestarian budaya. Konsep-konsep tersebut dijabarkan pada penjelasan sebagai berikut:

Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Sebagian besar waktu yang dijalani manusia digunakan untuk berkomunikasi. Effendy (1993: 28) menyatakan bahwa hakikat komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Pikiran atau perasaan yang disampaikan dinamakan pesan. Sebagai suatu pesan, pikiran dan perasaan yang disampaikan menyatu secara terpadu.

Effendy (2007: 11-19) membagi proses penyampaian pesan tersebut ke dalam dua tahap, yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Proses komunikasi primer merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan lambang (simbol) sebagai media, antara lain, bahasa, isyarat, gambar dan warna. Bahasa paling banyak digunakan dalam komunikasi, karena hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain. Bentuknya bisa ide, informasi atau opini, mengenai hal kongkret maupun abstrak, tentang hal atau peristiwa yang terjadi saat sekarang, masa lalu dan masa datang. Sedangkan proses komunikasi sekunder adalah tahap lanjutan dari komunikasi proses komunikasi primer, yaitu proses penggunaan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media digunakan, karena penerima pesan berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak.

Dalam konteks penelitian ini, proses penyampaian pesan dari penulis disampaikan dalam dua tahap sekaligus, yaitu bahasa sebagai media pertama, yang diwujudkan dalam bentuk tulisan dan penggunaan media sebagai alat kedua penyampaian pesan dari penulis. Dengan penggunaan media sebagai alat penyampai pesan, maka komunikasi yang dilakukan oleh penulis disebut komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Media sekunder berperan penting dalam proses komunikasi untuk efisiensi dalam mencapai sasaran pesan. Karena proses komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk

menembus dimensi ruang dan waktu, maka perlu adanya pemilihan media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Penentuan media yang akan digunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju (Effendy, 2007: 17).

Media yang digunakan penulis cukup beragam. Tapi, sebagian besar penulis masih mengandalkan media cetak, seperti surat kabar, tabloid, majalah dan buku untuk menyampaikan pesan kepada pembacanya. Melalui media inilah, penulis menyampaikan pikiran dan perasaannya menggunakan tulisan. Pada perkembangannya, penyampaian pesan dari penulis, tidak hanya melalui media cetak, juga melalui media *online*, seperti *website*, *blog* dan *facebook*, serta melalui saluran lain, misalnya film, radio, dan pertunjukkan seni.

Budaya Sunda

Budaya Sunda merupakan salah satu kekayaan bangsa Indonesia yang hidup, tumbuh dan berkembang di kalangan orang Sunda yang umumnya berdomisili di Tanah Sunda atau Jawa Barat (Ekadjati, 1995:9). Budaya Sunda mewujudkan dalam bentuk fisik maupun nonfisik yang bisa dinikmati dan dirasakan oleh pelaku maupun penikmatnya. Adapun unsur-unsur pokok kebudayaan yang berlaku universal sebagaimana disampaikan Kluckhohn¹⁴ yaitu bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi dan kesenian. Pada praktiknya, unsur-unsur tersebut antara lain mewujudkan pada pola hidup, nilai-nilai kearifan lokal warisan leluhur, artefak, dan sebagainya.

Sementara itu, *kasundaan* yang dimaksudkan dalam tulisan ini diartikan sebagai segala hal yang bertalian dengan Sunda atau memiliki sifat-sifat Sunda, seperti yang tercantum dalam *Kamus Basa Sunda R.A. Danadibrata*, yang menuliskan bahwa *kasundaan* adalah *sipat-sipat, adat istiadat orang Sunda*.

Para penulis Sunda, melalui tulisannya dan simbol-simbol lain yang digunakan, mengkomunikasikan unsur-unsur budaya tersebut kepada masyarakat luas melalui saluran yang tersedia. Media baru

¹⁴ Dimuat dalam *Universal Categories of Culture* (1953)

menjadi salah satu pilihan untuk penyaluran tersebut, meski media yang tersedia sebelumnya pun tidak ditinggalkan oleh para penulis Sunda.

Penulis Sunda

Penulis atau pengarang adalah sebutan bagi orang-orang yang mengarang atau menciptakan suatu karya tulis dalam bentuk karya tulis ilmiah, makalah, buku, artikel, opini, sastra (termasuk prosa dan puisi), melalui media seperti majalah, koran, atau internet (web, blog, facebook). Sebutan penulis atau pengarang juga disematkan kepada orang yang pekerjaannya utamanya menulis. Bahkan orang yang menjadikan menulis sebagai kegiatan sampingan atau sub dari pekerjaan utama boleh saja menyebut dirinya penulis.

Penulis adalah orang kreatif. Mereka mampu merekonstruksi realitas yang dialami maupun diamatinya ke dalam bentuk tulisan, setelah melakukan pemaknaan terhadap realitas tersebut melalui interaksi dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya. Adanya interaksi dengan diri dan lingkungan merupakan pengalaman tersendiri bagi penulis yang mempengaruhi dalam menuangkan idenya ke dalam tulisan.

Penulis Sunda adalah seseorang yang menuangkan pemikiran dan perasaannya mengenai kesundaan dalam bentuk karya tulis fiksi dan nonfiksi dalam Bahasa Sunda atau bahasa lainnya.¹⁵ Media yang umum digunakan untuk menyampaikan hasil karyanya tersebut adalah surat kabar, majalah dan buku. Sekarang ditambah lagi dengan media baru, yang berbasis internet dan lebih interaktif.

Bahasa

Adanya bahasa memungkinkan manusia berkomunikasi atau mempertukarkan informasi. Menurut Berelson dan Steiner (1964: 527, dalam Wiryanto, 2004: 7) komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, perasaan, keterampilan dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol, kata-kata, gambar, angka dan sebagainya.

Simbol atau pesan erat kaitannya dengan penggunaan bahasa sebagai media untuk mentransfer pikiran antarmanusia. Sarah Trenholm

¹⁵Hasil wawancara dengan beberapa Penulis Sunda saat pengumpulan data awal pada November- Desember 2010.

dan Arthur Jensen (1996: 4), dalam Wiryanto, (2004: 6) mengartikan komunikasi sebagai proses mentransmisikan pesan dari sumber kepada penerima melalui beragam saluran.

Penggunaan bahasa sebagai media penyampai informasi mewujudkan dalam berbagai bentuk. Salah satunya tulisan, yang merupakan hasil penciptaan atau kreasi dari seorang penulis, yang dapat diinformasikan dan disosialisasikan kepada orang lain. Melalui bahasa, para Penulis Sunda mengonstruksi realitas sebagai suatu pesan yang dikomunikasikan kepada pembacanya.

Dalam konteks para penulis, komunikasi disampaikan melalui media, sehingga disebut komunikasi bermedia (*mediated communication*). Media komunikasi yang digunakan oleh penulis cukup beragam, ada yang menggunakan media tertulis, seperti buku, majalah dan surat kabar. Ada pula yang memanfaatkan media baru, yaitu media yang berbasis internet, seperti facebook, website dan . Melalui media inilah, para penulis menyampaikan pikiran dan perasaannya dengan menggunakan bahasa secara tertulis.

Cassandra L. Book (dalam Mulyana 2007: 267) mengemukakan, agar komunikasi berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu untuk mengenal dunia sekitar kita, berhubungan dengan orang lain dan menciptakan koherensi atau keselarasan dalam kehidupan kita. Sebagai sarana mengenal dunia sekitar, melalui bahasa, manusia dapat mempelajari lingkungan sekitarnya, juga dapat berbagi pengalaman tentang peristiwa masa lalu yang dialami sendiri maupun pengetahuan tentang masa lalu yang diperoleh melalui sumber kedua, misalnya media cetak atau media elektronik. Kemudian, sebagai sarana berhubungan dengan orang lain, bahasa memungkinkan manusia bergaul dengan orang lain untuk kesenangan dan mempengaruhi mereka untuk tujuannya. Melalui bahasa, manusia dapat mengendalikan lingkungannya, termasuk orang-orang di sekitarnya. Fungsi menciptakan koherensi, memungkinkan manusia hidup lebih teratur, saling memahami dirinya, kepercayaannya dan tujuan-tujuannya. Semua itu harus disampaikan dengan kata-kata yang mengikuti aturan-aturan tertentu yang telah disepakati bersama.

Sementara itu, Mary Finocchiaro (1974) membagi bahasa ke dalam lima fungsi sebagai berikut: 1) **Fungsi personal**, yaitu bahasa digunakan

untuk mengekspresikan emosi, kebutuhan, pikiran dan sikap seseorang; 2) **Fungsi interpersonal**, yaitu bahasa digunakan untuk memelihara relasi-relasi sosial. Contoh sapaan, ucapan selamat. 3) **Fungsi direktif**, yaitu bahasa bisa digunakan untuk mengendalikan perilaku orang lain dalam bentuk nasihat, perintah, ajakan, diskusi. 4) **Fungsi referensial**, yaitu bahasa digunakan untuk membicarakan obyek atau kejadian dalam lingkungan atau budaya tertentu, 5) **Fungsi imajinatif**, yaitu bahasa digunakan untuk melahirkan karya sastra yang berbasis pada kekuatan imajinasi. Contoh novel, puisi, cerpen.¹⁶

Fungsi-fungsi bahasa tersebut, menurut Hamid Hasan Lubis (1993), tidak dapat dilepaskan dari situasi tempat fungsi itu dijalankan. Ketika tujuan komunikasi sudah ditetapkan, untuk mencapainya, maka cara melaksanakan kegiatan berbahasanya disesuaikan dengan kondisi dan situasi tempat fungsi bahasa akan dilaksanakan.

Pelestarian Budaya

Pelestarian, dalam Kamus Bahasa Indonesia (2008) didefinisikan sebagai upaya untuk membuat sesuatu tetap, tidak berubah selamanya. Bisa pula didefinisikan sebagai upaya untuk mempertahankan sesuatu supaya tetap sebagaimana adanya. Merujuk pada definisi pelestarian dalam Kamus Bahasa Indonesia tersebut, maka pelestarian budaya (ataupun budaya lokal) adalah upaya untuk mempertahankan budaya tetap sebagaimana adanya.

Lebih rinci, A.W. Widjaja (1986) mengartikan pelestarian sebagai kegiatan yang dilakukan terus menerus, terarah dan terpadu guna mewujudkan tujuan tertentu yang mencerminkan adanya sesuatu yang tetap dan abadi, dinamis, luwes, dan selektif (Jacobus, 2006: 115). Mengenai pelestarian budaya lokal, Jacobus Ranjabar (2006: 114) mengemukakan bahwa pelestarian norma lama bangsa (budaya lokal) adalah mempertahankan nilai-nilai seni budaya dan nilai tradisional dengan mengembangkan perwujudan yang bersifat dinamis, luwes dan selektif, serta menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang selalu berubah dan berkembang.

¹⁶<http://endonesa.wordpress.com/2009/12/16/bahasa-dan-peranannya>. 29 Maret 2011

Salah satu tujuan diadakannya pelestarian budaya adalah untuk melakukan revitalisasi atau penguatan budaya. Menurut Chaedar Alwasilah (2006), ada tiga langkah untuk penguatan budaya yaitu: (1) pemahaman untuk menimbulkan kesadaran, (2) perencanaan secara kolektif, dan (2) pembangkitan kreatifitas kebudayaan.

C.A. van Peursen (1988: 233) berpendapat, karena kebudayaan tidak terlaksana di luar kita sendiri, maka kita sendirilah yang harus menemukan suatu strategi kebudayaan, termasuk dalam proses melestarikan kebudayaan. Karena, proses melestarikan kebudayaan itu adalah pada hakekatnya akan mengarah kepada perilaku kebudayaan, jika dilakukan secara terus menerus dan dalam kurun waktu tertentu.

Demikian pula halnya Budaya Sunda. Perkembangan zaman menggerus nilai-nilai dan wujud budaya yang dilestarikan. Salah satunya penggunaan Bahasa Sunda yang terus berkurang, karena masyarakat Sundanya sendiri banyak yang memilih untuk menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa utamanya, sehingga dikhawatirkan akan punah. Kegundahan seperti itu pula yang menarik perhatian para Penulis Sunda, untuk tetap melestarikan salah satu warisan budayanya melalui tulisan. Upaya yang dilakukan Penulis Sunda, merupakan suatu bentuk penguatan atau revitalisasi budaya yang menahan Budaya Sunda dari kepunahan akibat perkembangan zaman. Lewat tulisan pula, para penulis dapat melestarikan berbagai wujud lainnya dari budaya, misalnya tentang nilai-nilai hidup orang Sunda, karakter orang Sunda dan sejarah tentang *kasundaan*.

Dengan demikian, tulisan yang dapat dikategorikan melestarikan Budaya Sunda, adalah tulisan yang menggambarkan orang Sunda dan *kasundaan*, baik secara karakter maupun nilai-nilai hidup yang dianutnya, serta perilaku dalam kehidupan sosial serta sejarah. Misalnya falsafah hidup, agama, humor, hubungan sosial, budaya dan kesejarahan.

Metode

Penelitian ini mengungkapkan pengalaman individu penulis Sunda mengomunikasikan hal ihwal budaya Sunda atau *kasundaan* melalui media baru. Untuk mengungkapkan pengalaman, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Cresswell (1998:14) menyatakan penelitian kualitatif adalah penelitian yang latar,

tempat dan waktunya alamiah, peneliti merupakan instrumen pengumpul data dan kemudian data dianalisisnya secara induktif kemudian menjelaskan proses yang diteliti secara ekspresif. Lebih lanjut diungkapkan Bryman (2004:279), "*..qualitative research express a commitment to viewing events and the social world through the eyes of the people that they study. The social world must be interpreted from the perspective of the people being studied*".

Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (1975: 5) dalam Moleong (2006: 4) merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Fakta, informasi atau peristiwa menjadi acuan awal dalam penelitian kualitatif. Demikian pula dalam penelitian ini, hasil penelitian diungkapkan dalam bentuk data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan individu penulis Sunda mengenai upaya yang dilakukannya dalam mengkomunikasikan *kasundaan* melalui media baru. Dalam penelitian ini tidak dicari hukum umum atas suatu kebenaran atau generalisasi. Penelitian ini berusaha membangun pemahaman terhadap realitas fenomena sosial yang ada.

Dalam penelitian kualitatif, digunakan teori. Tetapi, teori bukan sebagai unsur utama, melainkan sebagai pendukung penelitian. Hal ini dikarenakan, peneliti kualitatif justru harus membebaskan diri dari tawanan suatu teori agar fokus penelitian dapat berkembang sesuai kenyataan di lapangan (Faisal, 1990: 38) dalam Kuswarno,(2009: 126).

Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dikatakan Polkinghorne dalam Creswell (1998: 51-52), menggambarkan makna pengalaman hidup sejumlah individu tentang konsep fenomena. Fenomenologis menggali struktur kesadaran dalam pengalaman manusia.

Alasuutari (1995: 35) juga mengemukakan bahwa," *Phenomenology is look at how the individual tries to interpret the world and to make sense of it.*" dan Anderson menyebutkan bahwa fokus fenomenologi adalah, "*actual talk, gesture, and other social action are the raw materials of analysis*". Oleh karena itu, seperti yang dijelaskan oleh Kuswarno, bahwa penelitian fenomenologi berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup seseorang mengenai suatu gejala. (Kuswarno, 2004)

Pendekatan fenomenologi digunakan dalam penelitian ini untuk menggali pengalaman penulis Sunda mengomunikasikan *kasundaan* melalui media baru. Subyek penelitian ini adalah para penulis Sunda yang menggunakan media baru sebagai saluran mengkomunikasikan hal ihwal *kasundaan*.

Sumber data penelitian ini terbagi dua, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah para penulis Sunda yang menggunakan media baru dalam mengomunikasikan *kasundaannya*. Mereka dipilih berdasarkan *sampling purposive* untuk mendapatkan narasumber yang bisa mengungkapkan pengalamannya sesuai dengan tujuan penelitian ini. Sementara itu sumber sekunder diperoleh melalui buku, artikel surat kabar dan artikel online, serta dokumentasi para penulis Sunda.

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data utama, yang dilakukan kepada sejumlah penulis Sunda yang menggunakan media baru. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Creswell (1998: 122), “*For a phenomenological study, the process of collecting information involves primarily in-depth interviews*”. Wawancara dilakukan secara terbuka dan tak terstruktur. Telepon dan email pun digunakan sebagai media wawancara untuk menambah kekurangan informasi yang diperlukan untuk penelitian.

Cara pengumpulan data lainnya dilakukan melalui observasi nonpartisipan dan melalui penelusuran dokumentasi maupun artikel di media cetak maupun internet.

Jumlah subyek penelitian yang direkomendasikan antara tiga sampai 10 orang (Creswell, 1998: 122). Dalam penelitian ini, ada tiga penulis Sunda yang menjadi informan. Mereka dipilih karena aktif menggunakan media baru, meski mereka juga masih aktif menulis di media tercetak, seperti surat kabar, majalah dan buku. Mereka adalah Taufik Faturohman, Hawe Setiawan dan Dadan Sutisna.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diuraikan dalam bentuk narasi atau gaya bertutur dan tidak menganalisis angka statistik. Narasi disampaikan dengan menggunakan kata-kata sendiri (parafrase) atau mengutip dialog-dialog atau hasil wawancara berdasarkan kata-kata asli penutur, sekalipun mengandung bahasa prokem atau bahasa daerah

(Mulyana dan Solatun, 2007: 20). Dalam penelitian ini, informan menuturkan pengalamannya dalam Bahasa Indonesia yang dicampur Bahasa Sunda. Bahkan, pada beberapa informan, justru Bahasa Sunda yang dominan digunakan dibandingkan Bahasa Indonesia.

Pemaparan hasil penelitian difokuskan pada “Bagaimana pengalaman penulis Sunda menggunakan media baru sebagai saluran komunikasi budaya lokal?”

Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton (1980: 268) dalam Moleong,(2004: 280) merupakan proses mencari dan menyusun data dari lapangan secara sistematis untuk memudahkan hasil penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga tahap analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992: 19-20), yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Ketiga tahap analisis data tersebut dilakukan secara simultan dan terus menerus berlangsung serta saling berhubungan selama proses pengumpulan data di lapangan, sehingga dapat disebut juga dengan model interaktif.

Pemeriksaan keabsahan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yaitu memanfaatkan sumber lain sebagai pembanding dan pengecekan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh, pada waktu, dana dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton, 1987 dalam Moleong, 2004: 330-331)

Patton (1987: 331) dalam Moleong,(2004: 330) membagi teknik triangulasi menjadi empat, terdiri dari 1) Triangulasi Metode; menanyakan hal yang sama dengan metode berbeda yaitu wawancara, observasi dan studi literatur; 2) Triangulasi Sumber; menanyakan hal serupa kepada sumber berbeda; 3) Triangulasi Waktu; pertanyaan diajukan kembali pada saat yang berbeda; 4) Triangulasi Teori.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan pengalaman penulis Sunda mengekspresikan pikiran dan perasaannya mengenai budaya Sunda dalam bentuk tulisan, yang disampaikan melalui media baru yang berbasis internet. Secara garis besar, tulisan tentang kasundaan atau

hal-hal yang terkait dengan budaya Sunda, terbagi menjadi tulisan fiksi dan tulisan nonfiksi. Tulisan fiksi antara lain mewujud dalam cerpen, naskah drama, puisi, humor dan lainnya. Sementara tulisan nonfiksi disampaikan dalam bentuk esai.

Berdasarkan penelitian, sebutan penulis Sunda dimaknai oleh para informan sebagai seorang penulis yang menulis tentang budaya Sunda, menggunakan bahasa Sunda maupun bahasa lainnya, dalam hal ini adalah bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Para penulis Sunda yang menjadi informan penelitian ini adalah Taufik Faturohman, Hawe Setiawan, dan Dadan Sutisna.

Motif menjadi Penulis Sunda

Motif sering diartikan sebagai kondisi seseorang untuk mencapai suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan, atau dapat juga dikatakan sebagai daya gerak yang mendorong seseorang untuk berbuat (Effendy, 2003: 51).

Alfred Schutz menyebutkan, dalam studi fenomenologi ada dua jenis motif, yaitu *in order-to-motive* (motif untuk), yang merujuk pada masa mendatang. Motif ini berisi maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi masa depan. Motif selanjutnya disebut *because-motive* (motif karena), yaitu motif yang berorientasi pada masa lalu, karena berkaitan dengan pengalaman masa lalu.

Pada penelitian ini, jawaban yang disampaikan oleh informan terdiri dari dua aspek motif, yaitu **aspek pendorong** dan **aspek harapan**.

Aspek pendorong menjadi penulis Sunda adalah bakat (Taufik Faturohman), ingin mengenalkan budaya sunda lebih luas (Hawe Setiawan) Ingin meniru pendongeng (Dadan Sutisna)

Bagi Taufik, menjadi Penulis Sunda, merupakan bakat terpendam yang secara tidak sengaja ditemukan oleh gurunya semasa di SMA. Setelah diminta oleh gurunya mengikuti lomba mengarang tingkat SMA se-Tasikmalaya dan menang, akhirnya timbul kepercayaan diri dari Taufik bahwa ia memang memiliki bakat menjadi penulis.

Bakat tersebut, menurut Taufik diturunkan dari kakeknya yang menjadi pengurus Majalah Al Intisal yang dikelola oleh para kyai di

Tasikmalaya. Keyakinannya itu membuat Taufik mengubah cita-citanya yang semula insinyur menjadi penulis.

Aspek pendorong intrinsik berikutnya adalah adanya keinginan untuk membawa Budaya Sunda dikenal lebih luas hingga internasional. tersirat dari keinginan Hawe Setiawan. Hawe, sebagai Penulis Sunda, ingin Budaya Sunda dikenal tidak hanya skala lokal dan nasional, tetapi internasional. Untuk itu, Hawe menuliskan tentang kesundaan dalam Bahasa Inggris.

Sementara itu Dadan Sutisna menuturkan, keinginannya menjadi Penulis Sunda, berawal dari kebiasaannya mendengarkan dongeng Sunda, semasa ia SD, sehingga muncul keinginan menjadi penulis. Tulisan awalnya, mengikuti bentuk cerita dongeng Sunda yang sering didengarkannya, dengan harapan suatu saat ia ingin dongengnya dibacakan oleh pendongeng.

“Awalnya, obsesi saya menulis dongeng Sunda yang mungkin suatu saat dibacakan oleh pendongeng dan ikut didengarkan oleh masyarakat”. (Dadan, 11/10/2010)

Sementara dari aspek harapan, penulis yang bertujuan memelihara bahasa dengan karya tulisnya adalah Taufik Faturohman dan Dadan Sutisna. Taufik, yang merupakan penulis spesialis humor Sunda ini mengatakan, tujuannya menulis humor Sunda, selain untuk menghibur, juga untuk memelihara Bahasa Sunda. Seperti yang disampaikan berikutnya ini,

“Walaupun humor, yang pertama saya punya idealisme. Jadi masyarakat, baik orang tua, remaja maupun anak-anak harus cinta Basa Sunda. Tujuan lebih jauhnya adalah ingin Sunda dihargai, ingin sejajar, maksimal ingin lebih dari suku yang lain”. (Taufik, 31/03/2011)

Bentuk tulisan yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan dan minat para informan. Taufik Faturohman misalnya lebih banyak menulis dalam bahasa Sunda, karena mengaku lebih nyaman menulis maupun berbicara dalam bahasa Sunda.

“Saya kan spesialis Basa Sunda. Mungkin 90 persen nulis dalam Bahasa Sunda, 10 persen dalam Bahasa Indonesia. Pak haji ini agak gagap kalau berbicara pake bahasa Indonesia.” (Taufik, 5/10/2010).

Taufik menempatkan diri sebagai penulis spesialis humor Sunda, karena ia terbiasa dengan humor-humor Sunda. Bahkan ia mengaku dalam isi kepalanya ada sekira 4 ribu humor Sunda yang bisa diolah dengan mudah kapan pun ia mau. Bagi Taufik, menulis humor Sunda, memiliki tujuan selain untuk menghibur, juga untuk memelihara bahasa Sunda.

“Walaupun humor, yang pertama saya punya idealisme. Jadi masyarakat, baik orang tua, remaja maupun anak-anak harus cinta Basa Sunda. Tujuan lebih jauhnya adalah ingin Sunda dihargai, ingin sejajar, maksimal ingin lebih dari suku yang lain”. (Taufik 31/3/2011)

Harapan lainnya, Taufik juga ingin mengembalikan keadaan dunia penerbitan Bahasa Sunda itu seperti tahun 60’an, ketika media Sunda banyak yang terbit dan media-media cetak Bahasa Indonesia belum bermunculan sehingga majalah Sunda jadi hiburan utama masyarakat.

Untuk mendukung harapannya tersebut Taufik mendirikan penerbit *Geger Sunten* yang khusus menerbitkan buku atau majalah dalam Bahasa Sunda, termasuk buku pengajaran Bahasa Sunda. Selain itu, lingkungan masa kecilnya hingga sekarang banyak dikelilingi orang-orang Sunda, membuat lelaki yang akrab disapa Pak Haji ini, mengaku lebih nyaman jika menulis atau berbicara dalam Bahasa Sunda daripada Bahasa Indonesia.

Sama halnya dengan Taufik, Dadan Sutisna mengatakan, menulis dalam bahasa Sunda berhubungan dengan hobi, hanya kesenangan tanpa memikirkan honor yang diterimanya. Hal tersebut berhubungan dengan idealisme untuk memelihara perkembangan Bahasa Sunda, karena kalau melihat imbalan yang diterimanya, tidak sepadan dengan perjuangan yang dilakukan untuk menghasilkan tulisan.

“Kalau kita meninggalkannya karena salah satu alasannya tidak bisa mendatangkan apa-apa secara materi, ya punahlah sudah. Jadi, berkarya itu bagi saya sebatas memperpanjang fungsi-fungsi Bahasa Sunda terutama dalam bentuk tulisan”. (Dadan, 13/5/2011)

Menurut Dadan, tulisan dalam Bahasa Sunda masih diperlukan sebagai bentuk pelestarian bahasa. Alasannya, “Salah satu ciri bahasa itu masih hidup dengan baik adalah yang pertama dilihat dari sisi panyatur,

penutur. Kemudian dilihat juga, apakah bahasa itu cuma hidup dalam bahasa lisan atau juga hidup dalam bahasa tulisan.” (Dadan, 13/5/2011)

Harapan Dadan untuk bisa mengembangkan Bahasa Sunda, dilakukannya dengan memperkaya tema-tema tulisan sesuai perkembangan jaman. Salah satunya dengan memasukkan unsur-unsur teknologi informasi, bidang yang ia sukai sejak tahun 2000-an, ke dalam tema-tema tulisan fiksi dan nonfiksi yang dituliskannya. Dalam tulisan fiksi, salah satunya adalah novel anak yang dibuatnya berjudul *Rasih Kodeu Biner*, yang mendapatkan Hadiah Sastra Rancage di tahun 2011 atau puisi berjudul *Sasemplek Potret JPEG*. (Dadan, 13/5/2011)

Dadan menuturkan, kesukaannya terhadap teknologi informasi pun masih terkait dengan kecintaannya terhadap Bahasa Sunda. Ia ingin Bahasa Sunda dapat mengikuti perkembangan teknologi. Untuk itu, Dadan menekuni dunia teknologi informasi dengan harapan, suatu saat dirinya dapat membuat satu piranti lunak atau *software* untuk menulis dalam Bahasa Sunda, misalnya kamus, *thesaurus* dan *grammar* dalam Bahasa Sunda.

“Kalau kita ingin menjadikan Sunda mengikuti teknologi, harus ada yang bisa. Diantara obsesi saya itu adalah membuat semacam piranti untuk menulis dalam Bahasa Sunda.” (Dadan, 13/5/2011)

Harapan untuk membawa Budaya Sunda dikenal lebih luas, disampaikan oleh Hawe Setiawan, seorang Penulis Sunda yang juga berprofesi sebagai dosen. Bagi Hawe, menjadi Penulis Sunda, yang menulis tentang tema-tema kesundaan dengan bahasa apapun, termasuk dengan Bahasa Inggris, merupakan upayanya untuk menjadi juru bicara kebudayaan sendiri. Ia ingin mewujudkan harapan, sedapat mungkin membawa nilai-nilai Sunda ke jalan raya peradaban.

“Ya...siapa tau ada yang lewat. Ini apaan sih? oh... Sunda. Biar ikut memastikan kontribusi kebudayaan Sunda untuk peradaban global. Muluk-muluknya begitu. Siapa tau”. (Hawe, 28/09/2010)

Hawe yang juga seorang dosen ini berpandangan, budaya Sunda adalah kebudayaan yang ikut berproses di dalam kebudayaan dunia atau kebudayaan sejagat. Penulis berperan dalam merumuskan prosesnya. Hawe mengibaratkan masyarakat Sunda sebagai warga kampung kecil yang tidak bisa menutup diri terhadap lingkungan di luarnya. Untuk

terhubung dengan dunia luar, diperlukan jalan setapak. Hawe berharap Sunda tidak hanya terlihat, juga memberi kontribusi pada peradaban.

“Menulis itu adalah langkah kecil untuk membangun jalan setapak itu. Nulis artikel, nulis apapun yang diumumkan, kira-kira mengambil jalan setapak yang menghubungkan kampung saya dengan orang dari manapun, supaya mereka juga suka datang ke sini,” (Hawe, 28/09/2010)

Pemilihan Media Baru

Dalam penelitian ini, secara garis besar, yang menjadi pendorong para informan untuk menjadi Penulis Sunda didasari oleh kebiasannya membaca, yang dipengaruhi oleh lingkungan, baik lingkungan keluarga maupun lingkungan selain keluarga. Hasil bacaannya itu kemudian mengendap dan memunculkan keinginan dari para informan untuk mengeskpresikan perasaan dan pemikirannya tentang hal-hal yang dilihat dan dipahaminya ke dalam tulisan.

Setiap Penulis Sunda memiliki selernya masing-masing untuk menentukan media yang dipilih untuk menyampaikan tulisannya mengenai kasundaan. Taufik Faturohman memilih Facebook sebagai saluran komunikasi untuk menyampaikan kasundaannya. Hawe Setiawan memilih blog sebagai media ekspresinya dalam menyampaikan informasi atau hal ihwal *kasundaan* yang ditulisnya dalam bahasa Inggris. Sementara Dadan, menjadikan Facebook sebagai saluran penyampaian tulisan kasundaannya. Dadan pun yang aktif sebagai seorang programmer, membuat beberapa program peranti lunak yang terkait dengan kasundaan.

Setiap tulisan humor Sunda karya Taufik ditampilkan dalam dua media, yaitu majalah humor Sunda *Cakakak*, yang diterbitkan oleh penerbit buku-buku Sunda, Geger Sunten, milik Taufik, juga dalam akun *facebook*, Majalah *Cakakak*. Meski judulnya sama dengan majalahnya, tetapi isinya merupakan humor-humor spontan berbahasa Sunda yang dibuat Taufik khusus untuk akun ini.

“Kalau di facebook, penggemar majalah Cakakak itu sudah 10 ribuan, ya. Itu kan beragam, ada yang pemahaman budayanya tinggi, ada yang biasa, fanatik ke agama. Justru

susah kalau menyeragamkan keinginan itu.” (Taufik, 5/10/2010)

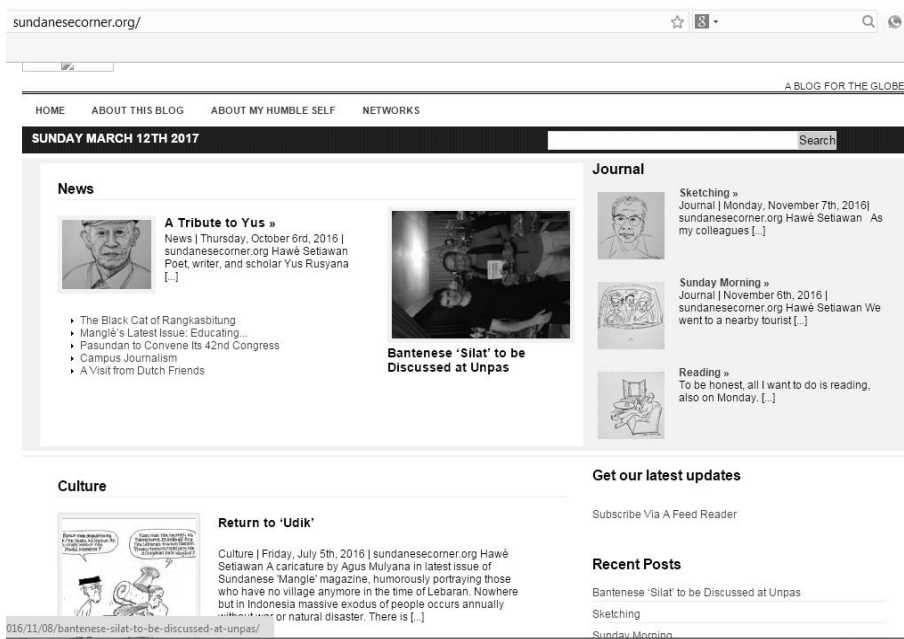
Terkait dengan humor, Taufik mengajak orang-orang yang peduli bahasa Sunda untuk belajar bahasa tersebut dalam grup *WhatsApp* Klinik Basa Sunda.



Gambar 1. Contoh humor yang dibuat Taufik di akun Facebook Majalah Cakakak (www.facebook.com/majalah-cakakak)

Sebagai penulis Sunda, Hawe ingin nilai-nilai kebudayaan Sunda dapat terhubung ke jalan raya peradaban dan memberikan kontribusi untuk peradaban global. Hawe berharap, “*Sunda teh sanes wae katinggal. Nanging oge maparin sumbangan kanu peradaban. Kan itu bagus*”. (Sunda tidak hanya terlihat, juga memberi kontribusi pada peradaban. *Kan itu bagus*) (Hawe, 28/9/2010)

Dengan cara pandang seperti itu, Hawe memilih untuk menulis tentang budaya Sunda, tidak hanya dalam bahasa Sunda dan bahasa Indonesia, juga dalam bahasa Inggris, yang dikomunikasikannya melalui blog miliknya, <http://sundanecorner.org>. Hawe memilih essay sebagai tulisan yang merepresentasikan cara pandangnya tentang tentang kasundaan. Dalam tulisannya, Hawe selalu berpijak pada hal-hal yang lokal, lingkungan kecil, yang dikembangkan dalam kerangka makro.



Gambar 2. Tampilan blog <http://sundaneseconer.org> milik Hawe Setiawan

Facebook juga digunakan untuk menjalin komunikasi dengan kolega Hawe. Akun Facebook milik Hawe berisikan tulisan dan sketsa yang terkait dengan hal-hal yang bersifat pribadi, hobi, aktivitas, serta tautan tulisan Hawe yang dimuat di surat kabar.

Dadan Sutisna adalah informan paling muda dalam penelitian ini. Meski demikian, Dadan boleh dikatakan yang paling paham mengenai dunia digital. Ia melakukan inovasi dalam kepenulisan Sunda dengan memasukkan unsur-unsur teknologi ke dalam tema-tema tulisannya, untuk memperkaya tema-tema yang sudah ada. Hal tersebut pernah ia tuangkan dalam buku novel untuk anak-anak berjudul *Rasih Kodeu Biner*, yang mendapatkan Hadiah Sastra Rancage di tahun 2011.

Dengan kemampuan teknologi informasi yang dikuasainya, Dadan pun sedang berupaya untuk membuat software atau program kamus digital berbahasa Sunda yang bertujuan untuk memudahkan pencarian kata yang sesuai digunakan dalam tulisan.

Melalui Facebook, Dadan mengutarakan buah pikirannya tentang bahasa Sunda maupun tentang teknologi menggunakan bahasa Sunda. Dadan yang aktif dalam dunia teknologi, membuat teki-teki silang

(*crosswords puzzle*) untuk melatih pemahaman dan menambah perbendaharaan kosakata bahasa Sunda. Teki-teki tersebut dapat diakses di <http://tarucing.sundaling.com>.

Selain menulis karya sastra Sunda, Dadan pun aktif menulis buku-buku komputer. Buku yang sudah terbit antara lain, *7 Langkah Mudah Menjadi Webmaster (2007)*, *Belajar Mudah Menggunakan Internet (2007)*, *Jurus Profesional Membangun Aplikasi Web (2010)*, dan *Internet untuk Pendidikan (2010)*.



Gambar 3. Contoh tulisan Dadan Sutisna tentang dunia digital yang ditulis dalam bahasa Sunda

Dadan pun terlibat dalam digitalisasi sastra Sunda yang dilakukan sejak 2002. Nantinya, hasil pendokumentasian karya-karya sastra Sunda tersebut akan dibagikan atau dibaca secara gratis.

Bagi Dadan, menulis dalam bahasa Sunda, merupakan tanggung jawab moral dari orang yang memiliki kecintaan terhadap bahasa. Iapun mengembangkan bahasa Sunda agar dapat mengikuti perkembangan zaman sehingga tidak mudah mati.

Dadan menuturkan, kesukaannya terhadap teknologi informasi pun masih terkait dengan kecintaannya terhadap Bahasa Sunda. Ia ingin

Bahasa Sunda dapat mengikuti perkembangan teknologi. Harapannya, suatu saat dirinya dapat membuat satu piranti lunak atau *software* untuk menulis dalam Bahasa Sunda, misalnya kamus, *thesaurus* dan *grammar* dalam Bahasa Sunda.

Kesimpulan

Penulis Sunda merupakan pelaku dalam kesusasteraan daerah yang muncul dari adanya kesadaran untuk menyampaikan pikiran dan perasaannya tentang realitas yang dihadapinya ke dalam Bahasa Sunda. Kiprah mereka sebagai Penulis Sunda lebih pada idealisme sebagai urang Sunda yang ingin memberikan kontribusi pada budayanya untuk tetap bertahan, di tengah gerusan perkembangan zaman, yang perlahan menggeser Budaya Sunda dari posisinya, digantikan budaya yang lebih global. Salah satunya dicirikan dengan berkurangnya pengguna Bahasa Sunda, juga sedikitnya media berbahasa Sunda yang terbit pada masa sekarang.

Motif para informan sebagai Pelestari Budaya Sunda, secara umum karena adanya idealisme yang didasari oleh rasa cinta dan bangga sebagai orang Sunda, sehingga muncul suatu panggilan jiwa untuk melestarikan Budaya Sunda dengan caranya sendiri sebagai seorang penulis. Melalui upayanya tersebut, para penulis berupaya mendorong budaya Sunda untuk dikenal luas dan memberikan kontribusi bagi perkembangan peradaban global. Idealisme tersebut tumbuh karena pengaruh lingkungan dan pengalaman yang dilalui para penulis Sunda.

Penyampaian pesan penulis Sunda sebagai pelestari budaya disesuaikan dengan minat dan kemampuan mereka untuk menjalaninya, baik dari tulisan maupun media yang digunakan. Pemilihan dunia maya sebagai media tambahan untuk menyalurkan tulisan mengenai kasundaan, merupakan langkah penyesuaian yang dilakukan oleh para penulis Sunda untuk mendorong budaya Sunda tetap bertahan, juga dikenal oleh masyarakat luas. Para penulis Sunda informan penelitian ini tergolong individu yang melek media, karena mereka memanfaatkan teknologi informasi yang tersedia untuk menjadi perpanjangan tangan dalam menyalurkan ekspresi pikiran dan perasaan mereka mengenai kasundaan dalam bentuk tulisan.

Daftar Pustaka

- Alasuutari, Pertti. 1995. *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies*. London: Sage Publications
- Alwasilah, A. Chaedar. 2006. *Pokoknya Sunda: Interpretasi untuk Aksi*. Bandung: Kiblat.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. USA: Sage Publication Inc.
- Danadibrata, R. A. 2006. *Kamus Basa Sunda*. Bandung: Kiblat Buku Utama.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2008.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Lubis, A. Hamid Hasan. 1993. *Analisis Wacana Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. 1992. *Analisa Data Kualitatif*. Terjemahan, Rohidi, Tjetjep Rohendi. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____ dan Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi. Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Peursen, C. A. van. 1988. *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta : Kanisius.
- Ranjabar, Jacobus. 2006. *Sistem Sosial Budaya Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Schutz, Alfred. 1967. *The Phenomenology of Social World*. Translated by George Walsh And Frederick Lehnert Illionis. Northwestern University Press.
- Waters, Malcolm. 1994. *Modern Sociological Theory*. London: Sage Publications.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia

Sumber Penelitian:

- Bajari, Atwar. 2009. Disertasi. *Konstruksi Makna dan Perilaku Komunikasi pada Anak Jalanan di Cirebon*. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti dan Strategi Rekonsiliasi dan Resolusi Konflik

(Membangun Tatanan Baru Tradisi Suran Agung)

Oleh:

Maria M. Widiantari, S.Sos., MSI

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka
Madiun

e-mail : ryaristunugroho@yahoo.com

Abstrak

Istilah Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti kembali dimunculkan oleh Presiden Joko Widodo baru-baru ini mengingatkan kepada rakyat Indonesia yang masih dalam situasi kontroversi pasca pemilihan presiden untuk menanggapi panasnya situasi dengan sikap mengalah. Istilah Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti pertama kali dimunculkan oleh ujangga asal Kraton Solo, Ronggowarsito (1802-1873), menjadi bagian dari tembang Kinanthi yang termuat dalam serat Ajipa masa atau Serat Witaradya atau Serat Pustaka Raja Wedha. Makna tembang ini kurang lebih menggambarkan seseorang yang memiliki kekuasaan besar yang mengakibatkan dia lupa diri. Dia mencoba memaksakan kehendak kepada siapapun. Namun keangkaramurkaan itu bisa luntur ketika dihadapi dengan penuh kelembutan, senyum, dan kata-kata sopan. Tradisi Suran Agung yang dilaksanakan perguruan Pencak silat di Madiun selama ini menjadi hal menakutkan karena selalu identik dengan tawuran dan tindakan anarkhis. Membaca makna pesan dalam istilah Suro dirojyaningrat leburdening pangastuti agaknya relevan untuk digunakan sebagai mekanisme membangun kesadaran masyarakat untuk mencegah konflik dan upaya rekonsiliasi pasca konflik. Penelitian ini bertujuan untuk : (a) Rekonstruksi Makna Pesan dalam konteks kekinian, (b) Memberdayakan nilai budaya sebagai strategi rekonsiliasi dan resolusi konflik, (c) Membangun solidaritas dan integrasi sosial berbasis nilai budaya

Kata Kunci: Suro Diro Jayaningrat, strategi rekonsiliasi, tradisi Suran Agung

Abstract

Recently, the Terminology of Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti raised again by President Joko Widodo in response to the heat of the situation, had reminded Indonesian people who still in a situation of post-election controversy. Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti first raised by Ronggowarsito (1802-1873), man of letters from Kraton Solo, which then became a part of Kinanthi's song written in Ajipa's letter or Witaradya's letter or Pustaka Raja Wedha's letter. This song describe someone who has a great power which resulted of losing himself personality. He obstrude to anyone. But the insolence that can fade when faced with great tenderness, smiles and polite words.

Suran Agung held by Perguruan Pencak Silat in Madiun has been a scary thing because it is identic with brawling and anarchic. Read the meaning of the message in terms Surodirojayaningrat Lebur Dening Pangastuti seems relevant to be used as a mechanism to build public awareness of conflict prevention and post-conflict reconciliation efforts. This study aims to: (a) Reconstruction of the meaning of messages in the present context, (b) Empower the value of culture as a strategy of reconciliation and conflict resolution, (c) Establish solidarity and social integration based on cultural values.

Keywords: Suro Diro Jayaningrat, reconciliation strategy, the tradition of Suran Agung

Pendahuluan

Istilah Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti kembali dimunculkan oleh Presiden Joko Widodo baru-baru ini seolah mengingatkan kepada rakyat Indonesia yang masih dalam situasi kontroversi pasca pemilihan presiden untuk menanggapi panasnya situasi dengan sikap mengalah. Istilah Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti pertama kali dimunculkan oleh pujangga asal Kraton Solo, Ronggowarsito (1802-1873), menjadi bagian dari tembang Kinanthii yang termuat dalam serat Ajipa masa atau Serat Witaradya atau Serat Pustaka Raja Wedha:

Jagra angkara winangun (terbuka mata oleh wujud angkara)

Sudira marjayeng westhi (berani melawan marabahaya)

Puwara kasub kawasa (akhirnya terkenal berkuasa)

Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti... (Maria M. Widiyantari, S.Sos., M.Si)

Sastraning jro Wedha muni (dalam kitab-kitab pengetahuan mengatakan)

Sura dira jayaningrat (berani, kuat, menang)

Lebur dening pangastuti (hancur oleh pujian)

Terjemahan kata per kata merujuk Bausastra Jawa, Poerwadarminta, 1939 sebagai berikut:

(1) *Jagra*: Bangun (dalam pengertian “melek”); *Angkara*: Angkara; *Winangun*: Diwujudkan (Wangun: Wujud); (2) *Sudira*: Amat berani; *Marjayeng*: Jaya ing, menang dalam ... ; *Westhi*: Marabahaya; (3) *Puwara*: Akhirnya; *Kasub*: terkenal, kondang; *Kawasa*: Kuasa; (4) *Sastra*: Tulisan, surat-surat, buku-buku; *Jro*: Jero, Di dalam; *Wedha*: Ilmu pengetahuan, Kitab-kitab ilmu; *Muni*: berbicara; (5) *Sura*: Berani; *Dira*: Berani, kokoh; *Jaya*: menang; *Ningrat*: Bangsawan, tetapi *Ning*: Di; *Rat*: Jagad (6) *Lebur*: Hancur; *Dening*: Oleh; *Pangastuti*: pamuji, pangalem, pangabekti, panembah.¹⁷

Makna tembang ini kurang lebih menggambarkan seseorang yang memiliki kekuasaan besar yang mengakibatkan dia lupa diri. Dia mencoba memaksakan kehendak kepada siapapun. Namun keangkaramurkaan itu bisa luntur ketika dihadapi dengan penuh kelembutan, senyum, dan kata-kata sopan.¹⁸

Kata-kata ungkapan yang merupakan warisan budaya leluhur ini menjadi relevan dalam situasi konflik. Membaca makna pesan dalam istilah *Suro diro jayaningrat lebur dening pangastuti* agaknya relevan untuk digunakan sebagai mekanisme membangun kesadaran masyarakat untuk mencegah konflik dan upaya rekonsiliasi pasca konflik.

Suro berarti keberanian, bahwa di dalam diri manusia sudah tersimpan benih-benih sifat keberanian, yang bisa bermakna positif atau negatif. Keberanian akan bermakna negatif ketika sifat berani tersebut lepas kendali dan membuat seseorang melakukan kejahatan, kesewenang-wenangan, dan angkara murka. Sementara *Diro* bermakna

¹⁷ <http://iwanmuljono.blogspot.co.id/2011/10/sura-dira-jayaningrat-lebur-dening.html>, diakses pada Senin, 15 Agustus 2016 jam 21.20 WIB

¹⁸ <http://www.putramelayu.web.id/2015/01/makna-falsafah-jawa-suro-diro.html>, diakses pada Senin, 15 Agustus 2016 jam 21.35 WIB

kekuatan, baik kekuatan lahir maupun kekuatan batin sebagai anugerah dari Tuhan Yang Maha Esa. Sama halnya dengan keberanian, kekuatan jika tidak dikendalikan akan melahirkan perilaku angkara murka.

Semboyan atau kata-kata Suro Diro Jayaningrat, Lebur Dening Pangastuti juga menjadi kalimat pengingat bagi para pendekar yang bernaung dibawah Perguruan Silat yang ada di Madiun, khususnya Persaudaraan Setia Hati. Persaudaraan Setia Hati didirikan pada tahun 1903 oleh Ki Ngabei Soerodiwirjo. Pada mulanya, tujuan pendirian Persaudaraan Setia Hati ini adalah untuk mengolah raga dan mengolah batin untuk mencapai keluhuran budi guna mendapatkan kesempurnaan hidup, kebahagiaan dan kesejahteraan lahir batin di dunia dan di akhirat.¹⁹

Inti pokok ajaran perguruan silat ini sebenarnya adalah selalu berbuat baik, yang ditandai dengan ketaatan kepada Tuhan Yang Maha Esa, kepatuhan terhadap kedua orang tua, dan kesetiaan kepada Bangsa dan Negara Republik Indonesia. Sedangkan semboyan Suro Diro Jayaningrat, Lebur Dening Pangastuti lebih merupakan pengingat agar senantiasa menjaga kerendahan hati, sikap mengalah, dan menghormati orang lain. Hal ini relevan dengan realita bahwa sebagai pendekar, warga Setia Hati memiliki kekuatan dan kekuasaan fisik yang lebih dibanding masyarakat pada umumnya, sehingga perlu terus menerus diingatkan agar tidak menggunakan kekuatan dan kekuasaan sewenang-wenang.

Pada kenyataannya, dalam setiap kegiatan para pendekar Setia Hati dan perguruan silat lainnya pada Sasi Sura (bulan Muharram, Sura), dimana biasanya digelar kegiatan tahunan atau tradisi Suran Agung, bentrok antar pendekar tidak dapat dihindari. Beberapa tahun berturut-turut menjadi masa-masa kelam bagi dunia perguruan silat di Madiun. Sejak tahun 2010, bentrok antar perguruan selalu mewarnai acara Suran Agung sebagai sesuatu yang sudah direncanakan. Perseteruan yang terjadi secara sporadis di berbagai wilayah seolah ingin menunjukkan siapa yang kuat siapa yang menang siapa yang paling berkuasa ini mencapai puncak pada tahun 2011 dan 2012.

Berbagai upaya dilakukan untuk meredam konflik, mulai dari

¹⁹ Soewarno, R. Djimat Hendro., (1994), *Pusaka Pencak Silat Dalam Tiga Zaman*, Madiun : Dokumen Pribadi, hal. 1

pembentukan Paguyuban Perguruan Bela Diri Madiun, latihan bersama antar perguruan, kerjasama pengamanan masyarakat, dan sebagainya. Dan yang paling menarik adalah didengungkannya semboyan Suro Doro Jayaningrat, Lebur Dening Pangastuti di semua perguruan, baik melalui pertemuan-pertemuan maupun pemasangan spanduk di berbagai tempat seolah ingin mengingatkan pada ajaran untuk senantiasa menjaga kerendahan hati meski memiliki kemampuan bela diri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana nilai pesan budaya yang terkandung dalam Suro Doro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti ini bisa menjadi strategi rekonsiliasi dan resolusi konflik antar perguruan sehingga dapat bermanfaat untuk : (a) Rekonstruksi Makna Pesan dalam konteks kekinian, (b) Memberdayakan nilai budaya sebagai strategi rekonsiliasi dan resolusi konflik, (c) Membangun solidaritas dan integrasi sosial berbasis nilai budaya.

Tipe penelitian ini adalah kualitatif, metode penelitian yang digunakan adalah analisis wacana kritis. Data utama diperoleh dengan cara wawancara mendalam, serta dilakukan studi kepustakaan dan *internet searching*. Untuk informan yang diteliti adalah anggota perguruan Setia Hati di Madiun dengan teknik pengambilan sampling menggunakan teknik *purposive sampling*.

Kerangka Teori dan Pemikiran

Tak bisa dipungkiri, manusia hidup dalam 3 (tiga) lingkungan, yakni lingkungan sosial, lingkungan material, dan lingkungan simbolis. Manusia tidak dapat hidup tanpa orang lain, pun manusia tidak dapat hidup tanpa simbol, sebab simbol merupakan sarana untuk berkomunikasi dengan orang lain. Simbol diberikan makna melalui proses interaksi antar manusia berdasarkan *frame of reference* (kerangka rujukan) yang tersimpan dalam memori yang diperoleh dari pengalaman-pengalaman yang dilalui sepanjang hidupnya.

Melalui *sharing* simbol dan makna simbol ini manusia berusaha memahami kompleksitas pengalaman atau realita dan mengungkap makna yang terkandung dalam simbol dan makna simbol yang diciptakan (CS Peirce: 1931-1958, Ogden & Richards : 1923, dan Saussure : 1970). Dalam perspektif semiotik, pemahaman atas suatu makna simbol harus juga melihat proses internal yang terjadi pada

pembuat dan penerima simbol sehingga dapat dipahami secara bersama-sama.²⁰

Bagi sebagian orang, simbol-simbol yang tertuang dalam kata-kata tekstual warisan leluhur yang biasa dijadikan semboyan, bisa dimaknai sebagai lambing perjuangan, bermakna suatu pengharapan, atau dimaknai sebagai standar nilai yang dijadikan pedoman dalam bertindak atau berperilaku, baik secara individu maupun kelompok.

Kebudayaan adalah sebuah pola dari makna-makna yang tertuang dalam simbol-simbol yang diwariskan melalui sejarah (Geertz dalam Sobur, 2006)²¹. Kebudayaan itu sendiri adalah sistem dari konsep-konsep yang diwariskan dan diungkapkan dalam bentuk-bentuk simbolik yang pemaknaannya dilakukan bersama ketika manusia saling berinteraksi satu sama lain. Melalui proses komunikasi pula simbol-simbol budaya dalam berbagai bentuk termasuk kata-kata tekstual dikomunikasikan, dilestarikan, bahkan dikembangkan. Dengan cara-cara komunikasi inilah simbol-simbol budaya diwariskan dari generasi ke generasi.

Paul Ricoeur dalam *Theory of Distanciation* menyatakan ada rentang jarak budaya diantara kejadian, penulis, dan pembaca dimana ketiga-tiganya tidak berada pada waktu yang sama. Maka sejarah budaya harus dipahami makna kata sebagai sejarah, dan dipahami dalam konteks kekinian. Ada upaya yang harus dilakukan untuk membawa makna simbol sebagai sebuah sejarah ke dalam kehidupan masa sekarang.²²

Jadi, penggunaan nilai-nilai budaya leluhur yang merupakan bagian dari sejarah tidak hanya dimaknai melalui cerita sejarah kejadian pada saat dituliskan tetapi juga dimaknai dalam konteks saat ini sehingga relevan digunakan sebagai pedoman hidup atau tata berperilaku. Hal ini bisa dilakukan melalui proses rekonstruksi makna pesan sejarah.

Rekonstruksi adalah pengembalian sesuatu ke tempatnya yang semula. Penyusunan atau penggambaran kembali dari bahan-bahan yang

²⁰ Adjus, Elfiandri (2014), <https://www.academia.edu/7156241/> REKONSTRUKSI_KOMUNIKASI_SOSIAL

²¹ Sobur, Alex., (2006), *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya, hal. :178

²² Littlejohn, Stephen W., & Karen A Foss (2011), *Theories of Human Communication* 10th Edition, Illinois USA : Waveland Press, Inc.

ada dan disusun kembali sebagaimana adanya atau kejadian semula.²³ Untuk melakukan rekonstruksi baik terhadap peristiwa atau fenomena-fenomena sejarah masa lalu, hingga pada konsepsi pemikiran yang telah dikeluarkan oleh pemikiran-pemikiran terdahulu, maka harus melihat segala sisi, agar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan terhindar pada subjektifitas yang berlebihan yang dapat mengaburkan substansi.

Dalam konteks komunikasi, kalimat Suro Doro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti bisa diposisikan sebagai simbol, yang bisa dimaknai sebagai lambang perjuangan, makna pengharapan, atau sebagai standar nilai. Secara terperinci, fungsi simbol budaya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi Idealistik, mengatur tata karma idealistik yang harus dimainkan oleh setiap orang yang berada dalam konstruk simbol tersebut. Dalam hal ini, simbol bermakna normatif, sebagai aturan norma yang harus ditaati dalam berperilaku
2. Fungsi Interpersonalistik, simbol budaya yang difungsikan sebagai sarana untuk mengatur perilaku individu maupun kelompok yang berada dalam naungan simbol tersebut. Mengikat individu maupun kelompok untuk berperilaku sesuai azas kepatutan yang terkandung dalam makna simbol
3. Fungsi Interpretatif, mengarah pada upaya preventif yang menghubungkan realita kehidupan masa kini dengan kehidupan di masa yang akan datang. Fungsi ini mengandung pengharapan/perjuangan bagi kontinuitas kehidupan di masa yang akan datang. Biasanya diyakini sebagai sarana menyelesaikan masalah sosial terkait hal yang pantas atau tidak pantas, boleh atau tidak boleh.
4. Fungsi Futuristik, sebuah simbol budaya yang menjadi semangat juang bagi generasi sekarang dan yang akan datang, yang juga bermanfaat untuk mengikat hubungan antar generasi²⁴

Dari berbagai makna simbol tersebut, perlu dilakukan rekonstruksi makna sehingga bisa relevan dengan kondisi saat ini. Dalam konteks

²³ B.N. Marbun, (1996), *Kamus Politik*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, hal.469.

²⁴ Efiandri Adjus, (-----), https://www.academia.edu/7156241/REKONSTRUKSI_KOMUNIKASI_SISOAL

kalimat Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti, makna dilahirkan berdasarkan kejadian sejarah yang diceritakan. Menurut beberapa sumber yang mengutip Serat Ajipamasa atau Serat Witaradya atau Serat Pustaka Raja Wedha yang ditulis Ronggowarsito, kalimat itu muncul untuk menggambarkan sebuah kejadian yang dialami Pangeran Citrasoma, putra mahkota Prabu Ajipamasa. Sebagai calon pengganti raja tentu dia memiliki pengaruh dan kekuasaan yang hampir tidak terbatas.

Citrasoma jatuh cinta kepada seorang wanita cantik jelita, Nyai Pamekas yang merupakan isteri Tumenggung Suralathi. Ketika Citrasoma berusaha merayu, Nyai Pamekas berusaha menyadarkan dengan kalimat-kalimat lembut mencoba mengingatkan bahwa tindakan Citrasoma tidak benar termasuk mengingatkan keberadaan Tuhan Yang Maha Kuasa yang melihat semua perilaku manusia. Kalimat singkat dan lembut yang disampaikan Nyai Pamekas berhasil mengembalikan kesadaran Citrasoma yang semula dikuasai oleh nafsu angkara murka. Citrasoma pun mengurungkan niatnya dan selamat dari tindakan tercela. Sementara Nyai Pamekas dengan kelembutannya berhasil mengalahkan nafsu jahat sekaligus mempertahankan kesuciannya sebagai seorang istri. Dari situlah Ronggowarsito kemudian menciptakan tembang Kinanthi yang memuat kata Suro Diro Joyoningrat Lebur Dening Pangastuti itu.²⁵

Dalam realitas masyarakat majemuk, tidak bisa dihindari terjadinya konflik atau benturan antar kelompok. Beragam kepentingan dan latar belakang menjadi penyebab timbulnya konflik horizontal yang tidak jarang membawa keresahan bagi masyarakat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang membawa berbagai perubahan dalam hampir semua sendi kehidupan manusia turut andil dalam mendorong terjadinya perubahan sosial. Perubahan yang terjadi termasuk perubahan nilai-nilai yang dianut akibat derasnya arus informasi yang membawa masyarakat pada situasi global, dimana nilai-nilai dari seluruh penjuru dunia bisa diakses dan diadopsi dengan mudah.

Pemahaman dan interpretasi yang berbeda terkait nilai-nilai yang dianut masyarakat terutama bagi kelompok masyarakat yang masih memegang nilai-nilai lokal warisan leluhur dengan kelompok

²⁵ -----, <https://www.jejaktapak.com/2014/03/12/asal-usul-kalimat-suro-diro-jayaningrat-lebur-dening-pangastuti/>, diakses pada Selasa, 20 Mei 2016 jam 11.45 WIB

masyarakat yang mulai mengadopsi nilai-nilai budaya luar, dapat menyebabkan terjadinya konflik. Demikian juga dengan pewarisan nilai-nilai budaya yang tidak bisa seragam antara kelompok yang satu dengan yang lain sehingga menyebabkan perbedaan pandangan atau perilaku. Terlebih perbedaan cara pandang budaya yang berpengaruh terhadap kebanggaan, kesenangan, kekuasaan, dan kepercayaan diri baik secara individu maupun kelompok.

Oleh karena itu diperlukan rekonstruksi makna nilai-nilai budaya leluhur sehingga dapat dipahami dan dimaknai secara sama dalam konteks masa kini. Termasuk rekonstruksi pesan leluhur melalui kalimat Suro Doro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti, harus dimaknai dalam konteks hari ini dengan melihat berbagai sudut pandang. Artinya, kalimat ini dapat berlaku tidak hanya dalam konteks perilaku nafsu angkara murka terkait dengan hubungan antara laki-laki dan perempuan, tetapi juga terkait dengan berbagai persoalan yang dialami masyarakat saat ini. Dengan penggambaran konflik yang terjadi pada Citrasoma dan Nyai Pamekas, bisa diadopsi pada berbagai konflik yang terjadi di masyarakat saat ini.

Setelah dilakukan rekonstruksi makna, maka tahap selanjutnya adalah menggerakkan adanya tindakan rekonsiliasi sebagai upaya penghentian konflik dan menghambat terjadinya konflik lanjutan. Rekonsiliasi tidak hanya berbicara tentang bagaimana membangun hubungan yang telah retak akibat konflik, tetapi ia juga berbicara tentang suatu konsep dan praksis yang mencoba untuk mengkerangkakan kembali makna dari konflik secara positif. CRS (Catholic Relief Services) misalnya, mengartikan rekonsiliasi sebagai berikut:

“Refers to restoring right relationships between people who have been alienated and separated from each other during conflict. Reconciliation occurs not only in relationships, but also at the spiritual, personal, social, structural and ecological levels.”

(Mengacu kepada membangun kembali hubungan antar manusia yang teralienasikan dan terpisah diantaranya selama konflik berlangsung. Rekonsiliasi terjadi tidak hanya dalam hubungan, tetapi juga pada tingkat

spiritual, sosial, struktural, dan ekologi)²⁶

Jika kita melihat lagi dari apa yang telah diungkapkan diatas maka kita dapat menyimpulkan bahwa rekonsiliasi adalah sesungguhnya difokuskan kepada bagaimana membangun kembali hubungan yang telah rusak akibat dari konflik. Resolusi Konflik dapat dilakukan dengan berpedoman pada budaya atau kembali pada jati diri bangsa yang sesungguhnya (akar budaya). Rekonsiliasi pasca konflik juga merupakan perjalanan panjang dan membutuhkan kesabaran dan kesadaran.

Reconciliation is a long-term process and it must – and will – continue for many years to come. And yet, we have made a good start. For us, truth was at the heart of reconciliation: the need to find out the truth about the horrors of the past, the better to ensure that they never happen again. And that is the central significance of reconciliation. Without it people have no sense of safety, no trust, no confidence in the future. The aim must be, ‘to build a shared future from a divided past’. There is no alternative way to lasting peace.²⁷

(Rekonsiliasi merupakan proses panjang, dan akan, berlanjut sampai bertahun-tahun ke depan. Bagaimanapun, kita telah membuat langkah awal yang baik. Bagi kita, kebenaran adalah jiwa dari rekonsiliasi : perlu untuk menemukan kebenaran dari segala kengerian yang terjadi dimasa lalu, baik untuk menjamin bahwa kengerian itu tak akan terjadi lagi. Inilah hal signifikan dari sebuah upaya rekonsiliasi. Tanpa kebenaran orang tidak akan merasakan situasi aman, tidak ada kepercayaan, tidak ada keyakinan menatap masa depan. Segala upaya harus dilakukan, untuk membangun masa depan bersama dan meninggalkan masa lalu. Tidak ada pilihan lain untuk mencapai kedamaian abadi)

Sebuah tindakan rekonsiliasi perlu dibangun untuk mengatasi konflik yang berkepanjangan. Ada beberapa tahap yang bisa dilakukan

²⁶Adi Prasetijo (2010), Konsep Rekonsiliasi, dalam <https://etnobudaya.net/2010/01/15/konsep-rekonsiliasi>, diakses pada Selasa, 16 Agustus 2016 jam 21.37 WIB

²⁷ Tutu, Desmond *Archbishop Emeritus* (2003) , dalam pengantar buku *Reconciliation After Violent Conflict :A Handbook* , International Institute for Democracy and Electoral Assistance 2003

dalam proses rekonsiliasi, antara lain:

1. *Hidup berdampingan tanpa kekerasan*, ketika perseteruan berakhir harus segera dihentikan segala kebencian, permusuhan, dan kepahitan menuju ke hidup berdampingan secara damai
2. Ketika ketakutan tak lagi meliputi perasaan masyarakat, perlu dibangun *kepercayaan dan keyakinan diri* pada masing-masing pihak yang berseteru bahwa hidup berdampingan secara damai dapat dilakukan bersama
3. *Membangun empati* merupakan tahap yang tak kalah penting dalam proses rekonsiliasi, terutama memberi kesempatan bagi para korban untuk menyampaikan perasaan dan harapan serta memberi penyadaran kepada semua pihak bahwa perasaan dan penderitaan yang sama bisa terjadi pada mereka²⁸

Proses rekonsiliasi bisa memanfaatkan budaya sebagai sarana untuk mempercepat dan mencapai kehidupan baru yang diharapkan. Konflik yang bersumber dari penonjolan identitas kelompok, termasuk konflik etno-politis hanya dapat diselesaikan dengan melibatkan unsur-unsur budaya yang dianut oleh kelompok-kelompok bertikai, karena menyentuh pada pedoman hidup yang mereka anut (Michelle LeBaron (2006); Amartya Sen (2008)). Menurut LeBaron (2006) :

Culture is an essential part of conflict and conflict resolution. Cultures are like underground rivers that run through our lives and relationships, giving us messages that shape our perceptions, attributions, judgements and ideas of self and the other.²⁹

(Budaya merupakan bagian penting dalam sebuah konflik dan resolusi konflik. Budaya bagaikan dasar sungai yang mengalir melintasi kehidupan dan hubungan kita, membawa pesan yang membentuk persepsi, atribusi, penilaian, dan gagasan-gagasan kita tentang diri dan orang lain)

²⁸ Huyse, Luc, (2003) , dalam *Reconciliation After Violent Conflict : A Handbook*, hal. 19

²⁹ Michelle LeBaron , <http://www.beyondintractability.org/bi-essay/culture-conflict>

Dalam konteks Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti, nilai-nilai yang terkandung didalamnya merupakan nilai-nilai luhur yang membanggakan bagi setiap orang yang memahami makna dan menjadikannya sebagai pedoman. Sentuhan terhadap hati nurani, pola pikir, dan ego pribadi seseorang akan membuat kalimat ini memiliki kekuatan luar biasa sebagai sarana meredam konflik, melakukan proses rekonsiliasi, sekaligus sebagai solusi atas persoalan dalam masyarakat khususnya menyangkut konflik antar kelompok.

At the same time, cultural heritage plays a key role in reconciliation. In post-conflict situations, cultural heritage often becomes a strong symbol and tool for the rebuilding of communities, helping them actively to break the cycle of violence.³⁰

(Pada saat yang sama, kekayaan budaya memainkan peran penting dalam rekonsiliasi. Dalam situasi pasca konflik, kekayaan budaya seringkali menjadi simbol dan alat yang kuat untuk membangun kembali kehidupan masyarakat, membantu mereka untuk secara aktif menghancurkan mata rantai kekerasan)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Rekonstruksi Makna Pesan

Rekonstruksi makna pesan Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti dilakukan bersama-sama oleh berbagai pihak terkait dalam rangka meredam konflik berkepanjangan antar anggota Perguruan Bela Diri, antara lain oleh pengurus masing-masing perguruan, aparat berwenang, pemerintah daerah, dan oleh paguyuban pengurus perguruan. Kalimat bermakna ini dipilih karena menjadi salah satu inti ajaran turun temurun yang diwariskan kepada setiap anggota perguruan.

Proses rekonstruksi makna jika dilihat dari fungsi simbol budaya yang dilakukan oleh berbagai pihak dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Fungsi Idealistik, kalimat Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening

³⁰ Emerson, Ralph Waldo, (2013), *Peace and Reconciliation : How Culture Makes The Different*, Unesco Commitment to Sustainable Development, High Level Discussion 2, hal. 3

Pangastuti kembali didengungkan baik lewat ajaran di internal masing-masing perguruan sebagaimana disampaikan pengurus perguruan dan paguyuban pengurus. Selain itu, Polres/Polresta dan Korem memasang spanduk bertuliskan Suro Doro Jayaningrat, Lebur Dening Pangastuti di pagar depan markas mulai dari Polsek sampai Polres, markas Koramil, Kodim, dan Korem, serta Pemerintah Daerah yang memasang spanduk tersebut di banyak lokasi strategis lain, sehingga terbaca oleh masyarakat umum dikandung maksud agar menjadi pedoman tata krama idealistik yang harus ditaati dalam berperilaku baik oleh warga perguruan bela diri maupun oleh masyarakat secara umum

- b. Fungsi Interpersonalistik, untuk memenuhi fungsi ini Suro Doro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti kembali menjadi pokok ajaran masing-masing perguruan untuk dijadikan pedoman sarana pengatur perilaku setiap anggota perguruan bela diri. Pemahaman nilai-nilai yang terkandung dalam kalimat tersebut kembali ditanamkan dalam setiap latihan di masing-masing ranting (desa) dan juga dalam kegiatan latihan bersama yang diselenggarakan di lapangan Mapolres Madiun. Dalam menanamkan pedoman tersebut, tidak jarang pengurus perguruan membahasakan dalam Bahasa lokal agar mudah dipahami dan dilaksanakan. misalnya, Perguruan Bela Diri Pandan Alas menyebut “Ndeso” untuk setiap anggota yang masih gemar tawuran atau berkonflik dengan orang lain. Sebutan “Ndeso” atau olok-olok “ Sing sik seneng tawuran berarti cah ndeso” (Yang masih suka tawuran berarti kampung) cukup manjur untuk mengikat anggota agar tidak melakukan tawuran karena tidak mau di sebut kampung atau Ndeso.
- c. Fungsi Interpretatif, dengan dihidupkan kembali ajaran Suro Doro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti di masing-masing perguruan bela diri, para pengurus berupaya mencegah munculnya kembali konflik antar perguruan. Sebab dengan menjadikan sebagai perilaku, tentu saja setiap anggota perguruan tidak ingin disebut berpihak pada angkara murka karena selalu mendahului mengajak berkonflik. Sebaliknya, sikap rendah hati, lemah lembut, dan mengalah menghadapi nafsu amarah tidak lagi menjadi jargon tetapi menjadi kebanggaan bagi anggota yang berhasil

menjalankan, karena bisa diartikan para anggota sudah berhasil menyerap dan melaksanakan ilmu yang diajarkan para pengurus dan pemimpin perguruan. Dengan demikian, dapat diharapkan

- d. Fungsi Futuristik, pemaknaan kembali kalimat Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti terbukti telah berhasil menekan konflik dalam 2 tahun terakhir sehingga tradisi Suran Agung yang biasanya identik dengan tawuran dan kerusuhan, kini sudah berjalan dengan aman dan tertib. Penurunan angka konflik bisa dilihat pada tabel berikut:

Tahun	Deskripsi Konflik
2011	Terjadi bentrok di 6 lokasi di wilayah kota dan kabupaten Madiun, 2 orang provokator ditangkap, 6 orang mengalami luka, 1 orang meninggal
2012	Terjadi bentrok massa di 12 lokasi, merupakan konflik terburuk dari sejarah konflik antar perguruan, 6 orang provokator ditangkap, 18 orang mengalami luka, 12 rumah rusak, 4 sepeda motor dibakar
2013	Terjadi perkelahian di 1 lokasi, 1 orang provokator ditangkap, dan 1 orang mengalami luka ringan
2014	Terjadi 1 kejadian perkelahian, Suran Agung aman dan lancar, anggota dari berbagai perguruan bela diri dilibatkan dalam pengamanan
2015	Nihil kejadian, Suran Agung aman dan lancar, aksi konvoi aman dan lancar, pengamanan melibatkan anggota berbagai perguruan bela diri

*Disarikan dari Sumber Data Polres dan Polresta Madiun

2. Strategi Rekonsiliasi dan Resolusi Konflik Berbasis Budaya

- a. *Hidup berdampingan tanpa kekerasan*, pasca kesepakatan untuk saling menjaga agar tidak terjadi konflik antar perguruan, dibentuk Paguyuban Pimpinan Perguruan Bela Diri Madiun pada tahun 2014. Paguyuban ini melakukan pertemuan rutin, latihan bersama,

festival pencak tradisional, dan berbagai acara bersama lainnya yang menciptakan suasana persahabatan antar perguruan bela diri. Dalam setiap acara yang digelar, kalimat Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti yang dijadikan semboyan biasanya dipasang di berbagai tempat sebagai pengingat pedoman perilaku yang harus ditaati oleh masing-masing pihak.

- b. Membangun *kepercayaan dan keyakinan diri* pada masing-masing pihak untuk hidup berdampingan secara damai dengan melakukan kegiatan bersama, ada upaya-upaya untuk saling mengingatkan, saling menjaga keamanan, ketertiban, dan kenyamanan ketika salah satu perguruan bela diri menyelenggarakan kegiatan, membangun solidaritas bersama, saling menghargai antar perguruan. Seperti ketika Perguruan Bela Diri Setia Hati Terate menyelenggarakan Musyawarah Nasional, anggota perguruan bela diri yang lain ikut memasang spanduk-spanduk ucapan selamat dan doa agar musyawarah berjalan tertib dan lancar. Termasuk ikut menjadi relawan yang membantu menjaga keamanan di acara tersebut. Untuk membangun kepercayaan dan keyakinan diri ini juga kemudian diciptakan slogan “Madiun Kampung Pesilat” yang diharapkan akan menjadi salah satu ikon unggulan wilayah Madiun yang dapat menjadi kebanggaan tak hanya bagi kalangan anggota perguruan tetapi juga bagi masyarakat secara umum.
- c. *Membangun empati*, upaya membangun empati masyarakat yang termuat dalam deklarasi Madiun Kampung Pesilat dilakukan dengan menciptakan suasana kondusif dalam setiap acara yang diselenggarakan oleh perguruan bela diri dalam 2 (dua) tahun terakhir, melakukan pawai dan atraksi bersama, bakti sosial bersama, dan banyak kegiatan lainnya. Hasilnya, pada acara Suran Agung tahun 2015 berjalan aman dan lancar tidak terjadi bentrok massa. Masyarakat yang biasanya takut beraktivitas pada hari itu juga tetap beraktivitas seperti biasa, bahkan konvoi para peserta Suran Agung dijadikan tontonan layaknya pawai budaya.

Kesimpulan

Dalam konteks pembangunan mentalitas berbangsa dan bernegara yang mencakup tata kehidupan bersama dalam masyarakat, sudah sepatutnya masyarakat Indonesia kembali kepada jati diri bangsa yang diwariskan para leluhur melalui rekonstruksi makna dan nilai-nilai budaya luhur yang menjadi substansi kearifan lokal. Rekonstruksi makna dari nilai-nilai budaya yang diwariskan para leluhur ini penting mengingat era global yang ditandai derasnya arus informasi dan komunikasi sejalan dengan perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi yang cenderung membuat budaya lokal terlupakan.

Pemahaman akan nilai-nilai budaya ini semestinya tidak hanya dalam konteks tekstual tetapi juga dalam tata perilaku dan tindakan sehari-hari sehingga tatanan sosial berjalan dengan baik dan kehidupan yang aman, tenteram, dan sejahtera bisa diwujudkan.

Dari penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa rekonstruksi makna atas kalimat Suro Doro Jayaningrat sebagai mekanisme pencegahan, rekonsiliasi dan resolusi konflik telah membawa hasil yang memuaskan dan sesuai harapan.

Daftar Rujukan

- B.N. Marbun, (1996), *Kamus Politik*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Emerson, Ralph Waldo, (2013), *Peace and Reconciliation : How Culture Makes The Different*, Unesco Commitment to Sustainable Development, High Level Discussion 2
- Huyse, Luc, (2003) , dalam *Reconciliation After Violent Conflict : A Handbook*, IDEA, Sweden : Bulls Tryckeri AB Halmstad
- Littlejohn, Stephen W., & Karen A Foss (2011), *Theories of Human Communication 10th Edition*, Illinois USA : Waveland Press, Inc
- Michelle LeBaron , <http://www.beyondintractability.org/bi-essay/culture-conflict>
- Sobur, Alex., (2006), *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya

Suro Diro Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti... (Maria M. Widianari, S.Sos., M.Si)

Soewarno, R. Djimat Hendro., (1994), Pusaka Pencak Silat Dalam Tiga Zaman, Madiun : Dokumen Pribadi

Tutu, Desmond *Archbishop Emeritus* (2003) , dalam pengantar buku *Reconciliation After Violent Conflict :A Handbook* , International Institute for Democracy and Electoral Assistance

<http://iwanmuljono.blogspot.co.id/2011/10/sura-dira-jayaningrat-lebur-dening.html>, diakses pada Senin, 15 Agustus 2016 jam 21.20 WIB

<http://www.putramelayu.web.id/2015/01/makna-falsafah-jawa-suro-diro.html>, diakses pada Senin, 15 Agustus 2016 jam 21.35 WIB

https://www.academia.edu/7156241/REKONSTRUKSI_KOMUNIKAS_SOSIAL

<https://www.jejaktapak.com/2014/03/12/asal-usul-kalimat-suro-diro-jayaningrat-lebur-dening-pangastuti/>, diakses pada Selasa, 20 Mei 2016 jam 11.45 WIB

<https://etnobudaya.net/2010/01/15/konsep-rekonsiliasi>, diakses pada Selasa, 16 Agustus 2016 jam 21.37 WIB

Stereotip Etnis Batak dalam Stand Up Comedy Boris Manulang

Oleh:

Dewi Sri Andika Rusmana

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

dewirusmana11@gmail.com

Abstrak

Stand Up Comedy adalah salah satu genre lawakan, dimana pelawak atau yang disebut comic membawakan suatu materi lawakan diatas panggung secara monolog dengan tema tertentu. Tema – tema yang biasanya muncul adalah stereotipe suku atau budaya, ejekan – ejekan berbau rasis, budaya populer, dan ada juga yang membahas sindiran terhadap dunia perpolitikan. Stereotip adalah suatu keyakinan yang berlaku digeneralisasikan, terlalu dibuat mudah, sederhana, atau dilebih-lebihkan mengenai suatu kategori atau kelompok orang tertentu. Berkembangnya stereotip menjadi penghambat seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain bahkan dengan kelompok lain. Media massa, khususnya televisi, sebagai salah satu faktor penting yang meneguhkan stereotip. Salah satu komika yang menyampaikan tema stereotip adalah Boris Manulang. Fokus penelitian ini adalah materi Stand Up Comedy Boris Manulang yang bertemakan stereotip etnis batak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tekstual untuk menginterpretasi tanda-tanda yang diproduksi suatu teks. Hasilnya adalah gambaran stereotip etnis batak dari fisik, ekonomi, dan budaya. Dalam kaitan dengan fisik adalah etnis batak identik dengan suatu ciri khas mengenai fisik yaitu rahang yang tegas, hidung yang mancung dan logat yang kental serta intonasi suara yang besar dan keras. Stereotip mengenai profesi adalah masyarakat di kota besar menganggap etnis batak profesinya adalah pengacara, pekerja kasar hingga kriminal. Dalam kehidupan sehari-hari, profesi etnis batak tidak terbatas pada profesi itu saja, namun dalam bidang lain seperti seni. Dalam hal agama, etnis batak diidentikkan dengan agama kristen dan dalam kebudayaan dikaitkan dengan lagu daerah dan tarian tor-tor. Dalam non verbal juga ditampilkan stereotip yaitu atribut yang menjadi ciri khas Boris Manulang adalah handuk. Hal ini berkaitan dengan profesi atau pekerjaan etnis batak.

Kata kunci: Stand Up Comedy, Stereotip, Etnis Batak, Analisis Tekstual

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai beragam latar belakang budaya yang berbeda-beda. Pada umumnya suatu budaya mempunyai bahasa dan mempunyai identitas kebudayaannya masing-masing yang berlainan sehingga tidak semua budaya dapat mengetahui satu sama lain. Berbagai macam latar belakang budaya tersebut membuat keberagaman ini menimbulkan suatu penilaian-penilaian terhadap etnis lainnya. Hal inilah yang menyebabkan adanya stereotip-stereotip mengenai suatu etnis. Stereotip menjadi penghambat dalam komunikasi antarbudaya yang efektif. Stereotip merupakan proses penempatan orang-orang dan objek-objek ke dalam kategori-kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang-orang atau objek berdasarkan kategori yang dianggap sesuai (Mulyana, 2005:219). Lippman dalam Mariah (2007:62) menggambarkan stereotip sebagai "*Pictures in our heads*" bahwa tidak melihat dulu lalu mendefinisikan, mendefinisikan dulu kemudian melihat, kita diberitahu dunia sebelum melihat dan membayangkan kebanyakan hal sebelum mengalaminya. Hal ini menyebabkan penilaian yang negatif terhadap suatu suku dan etnis.

Stereotip menjadi hal yang sangat sensitif dan tabu di Indonesia. Stereotip dapat menjadi pemicu konflik jika disampaikan tidak tepat. Oleh karena itu salah satu penyampaian yang digunakan melalui humor. Melalui humor adalah cara untuk mengungkapkan hal-hal yang meresahkan dan dianggap tabu dan menerima dengan menertawakannya. Humor merupakan salah satu bentuk dari komunikasi yang diciptakan lewat pelbagai bentuk pelanggaran yang dituangkan dalam prinsip kerjasama melalui bahasa.

(Humor dan Prinsip Komunikasi, <http://bone-rampung.blogspot.com/2013/09/humor-danprinsipkomunikasi.html>).

Humor tidak hanya menghibur penonton dengan suatu *lelucon* melainkan juga sebagai kritik dalam kehidupan sosial. Humor merupakan suatu kecaman atau kritik, yang terselubung sebagai hiburan, dan diarahkan kepada target yang spesifik, humor harus terdiri dari kebenaran dan sesuatu yang dibesar-besarkan atau dilebih-lebihkan. Humor berisi pesan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada di masyarakat, baik itu mengenai masalah sosial, politik, ekonomi, budaya, dan lainnya.

James Danandjaya (dalam Suhadi, 1989), mengatakan:

“Fungsi humor yang paling menonjol, yaitu sebagai sarana penyalur perasaan yang menekan diri seseorang. Perasaan itu bisa disebabkan oleh macam-macam hal, seperti ketidakadilan sosial, persaingan politik, ekonomi, suku bangsa atau golongan, dan kekangan dalam kebebasan gerak, seks, atau kebebasan mengeluarkan pendapat. Jika ada ketidakadilan biasanya timbul humor yang berupa protes sosial atau kekangan seks, biasanya menimbulkan humor mengenai seks” (Sejarah, teori, jenis, dan fungsi humor, Didiek Rahmanadji, 2007:4)

Dalam kehidupan masyarakat Indonesia, humor dipilih sebagai media protes sosial oleh kawula muda. Humor dipilih sebagai media protes bukannya tanpa sebab. Menurut Danandjaja dalam Sujoko (1982), hal itu terkait dengan kepribadian bangsa kita yang tidak suka dikritik secara langsung. Akibatnya, tidak aneh muncul banyak kritik tidak langsung dalam wujud lelucon-lelucon yang bersifat protes sosial. Oleh karena itu, humor sesungguhnya bisa dipandang sebagai media protes sosial yang pas dan sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia. Fenomena yang terjadi dalam masyarakat tersebut digambarkan dengan menggunakan bahasa yang humoris baik dengan kata-kata verbal maupun dengan non verbal, dalam hal ini terdapat di dalam humor *Stand Up Comedy*.

Stand Up Comedy merupakan komedi yang berasal dari Amerika Serikat yang berkembang pada abad 18. *Stand Up Comedy* memiliki konsep yang berbeda dengan jenis komedi lain, contohnya adalah *slapstick comedy*. Dalam *Stand Up Comedy*, seorang comic menciptakan materi-materi dari pengalaman pribadi, pengalaman orang lain maupun pengamatan dan situasi sebagai naskah dan disampaikan dengan gaya humor. Kelucuan tercipta bergantung pada kemampuan pelawak dalam mengeksplorasi tema. (Papana, 2012:14). Satu hal yang menjadi ciri khas humor dalam *Stand Up Comedy* dibandingkan dengan komedi lain adalah dalam materi humor mengangkat fenomena sosial yang ada di kehidupan sehari-hari maupun sebagai kritik sosial yang ditampilkan dari sudut pandang komedi. Jenis komedi *Stand Up* ini memberikan berbagai macam pendapat, pengalaman pribadi, mengangkat kenyataan dalam kehidupan sosial dengan menggunakan bahasa yang humoris dalam menyampaikan humor tersebut (Pragiwaksono, 2012:21).

Banyak komika atau istilah bagi komedian dalam Stand Up Comedy yang membawakan humor bertemakan stereotip. Salah satunya adalah Boris Thompson Manullang yang berasal dari Batak. Boris Thompson Manullang atau yang dikenal sebagai Boris Bokir memiliki ciri khas selalu menampilkan identitas sebagai orang Batak. Mulai dari properti yang digunakan dan logat Batak yang khas pada saat menyampaikan materinya diatas panggung. Fokus pada materi yang disampaikan oleh Boris adalah penilaian-penilaian masyarakat terhadap etnis Batak yang disampaikan melalui humor. Etnis batak dinilai sebagai orang yang kasar, bicaranya keras, tukang makan babi dan tukang berkelahi (Sinar dalam Simanjuntak, 2011:136). Selain penilaian tersebut, etnis Batak juga dinilai berkaitan dengan profesi atau pekerjaan. Profesi yang terkenal melekat dengan etnis Batak adalah pengacara.

Stand Up Comedy merupakan proses komunikasi, dimana pesan verbal dan non verbal disampaikan. Pesan dalam komunikasi tersebut menciptakan suatu makna. Pesan adalah sebuah konstruksi dari tanda-tanda, yang akan memproduksi makna melalui interaksi dengan penerima (Fiske, 2012:5). Dalam Stand Up Comedy, seorang komika membuat pesan dalam bentuk serangkaian tanda yakni bahasa dan kata-kata serta gerakan-gerakan untuk melakukan humor. Makna dalam pesan mengekspresikan segala bentuk penilaian yang dihasilkan oleh masyarakat dan dikemas menjadi humor. Humor berfungsi untuk menggambarkan realitas yang ada tanpa maksud untuk menyakiti. Pesan humor komika dilihat dari pesan verbal dan non verbal yang menggambarkan stereotip etnis batak.

Dari latar belakang tersebut kemudian membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “stereotip etnis batak dalam Stand Up Comedy Boris Manullang”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengeksplorasi stereotip etnis batak dalam Stand Up Comedy Boris Manullang.

Tinjauan Pustaka

Stereotip Dalam Komunikasi Antar Budaya

Stereotip merupakan proses penempatan orang-orang dan objek-objek ke dalam kategori-kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang-orang atau objek berdasarkan kategori yang dianggap sesuai

(Mulyana, 2005:219). Stereotip sebagai persepsi atau kepercayaan yang akan kita anut mengenai kelompok-kelompok atau individu-individu berdasarkan pendapat dan sikap yang dulu terbentuk (komunikasi lintas budaya, Larry A. Simovar dan Richard E. Porter). Stereotip dibangun dari waktu ke waktu, yang mana setiap kelompok masyarakat mempunyai kerangka interpretasi sendiri-sendiri berdasarkan lingkungan budaya. Stereotip merupakan referensi pertama (penilaian umum) ketika seseorang atau kelompok melihat orang atau kelompok lain.

Stereotip terbentuk oleh kategori sosial yang merupakan upaya individu untuk memahami lingkungan sosialnya. Individu mencari persamaan-persamaan dengan sekitarnya dan mengelompokkannya dalam kategori-kategori. Kategori-kategori ini mempengaruhi cara pandang dan menimbulkan kesalahan-kesalahan sehingga membentuk persepsi. Persepsi membentuk stereotip dan memicu terjadinya konflik.

Etnis Batak

Etnis merupakan konsep budaya yang berpusat pada pembagian norma-norma, nilai-nilai, keyakinan, simbol budaya dan praktek. Pembentukan kelompok etnis bergantung pada penanda budaya yang telah dikembangkan berdasarkan sejarah, konteks sosial masyarakat dan politik yang mendorong pada keturunan mytological umum. Dalam penelitian ini etnis yang diteliti adalah etnis Batak. Etnis Batak adalah suatu etnis terbesar yang ada di Indonesia yang berada tidak hanya di Sumatera Utara bahkan telah menyebar ke seluruh dunia. Di dalam etnis batak terdapat enam sub etnis atau sub suku, diantaranya Toba, Simaunggun, Karo, Pak-pak, Angkol Sipirok, dan Mandailing. Sub etnis tersebut mendiami pegunungan, darat dan pedalaman Sumatera Utara.

Asal usul dari etnis Batak diungkap oleh beberapa peneliti, salah satunya adalah Parlindungan. Menurutnya, etnis batak tergolong Proto Melayu, dikarenakan karakteristik yang dimiliki oleh etnis batak yang gemar untuk tinggal dan menetap di daerah-daerah pedalaman dan pegunungan. Etnis batak menghindari daerah tepi pantai dan mendiami daerah sekitar Danau Toba. Cikal bakal bangsa batak pertama kali mendarat di Muara Sungai Sorkam, lalu masuk dalam hutan, melewati daerah dolok Sanggul dan terus hingga sampai di kaki bukit pusuk buhit. Di tempat ini pertama kalinya etnis batak mendirikan sebuah kampung

dan dikenal dengan nama Sagala Limbong Mulana (M.O Parlindungan, 1964:19-21, dalam Resume Identifikasi Masyarakat Batak Toba tahun 2011).

Berdasarkan Teori migrasi mengatakan orang Batak berasal dari Cina Daratan yang bermigrasi dalam beberapa tahap beberapa ribu tahun yang lalu (lihat : Heine-Geldem 1946; Kennedy 1942; Cole 1945; Keesing 1950; Cunningham 1958; Ryan 1966 dan Parkin 1978). Sedangkan Dyan, seorang linguist mengatakan bahwa orang Batak adalah keturunan Melanesia, suatu daerah yang dekat dengan Papua Nugini (Dyen 1975: 92, 101). Bellword yang juga ahli linguist juga mengatakan bahwa orang Batak berasal dari Taiwan yang bermigrasi kira-kira tiga ribu tahun yang lalu dari Philipina melewati Kepulauan Talaud kemudian ke Ulu Leangdi Sulawesi, ke Uai bobo di Timor, ke Jawa dan kemudian ke Sumatera. (Dalam Resume Identifikasi Masyarakat Batak Toba tahun 2011, repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20345/4/Chapter%20II.pdf)

Berdasarkan sejarah bahwa migrasi yang keluar dari Afrika menuju Eropa kemudian ke Asia tengah yang secara bertahap melintasi benua Asia bagian tengah antara 2500- 1500 SM yang juga membawa peradapan kaukasus Germanan, Illirier, Tharanker dan kamarier dari kawasan Laut Hitam di Eropa dan Mongolia . Kemudian di zaman perunggu sekitar 4 abad SM, kelompok melanesoid melanjutkan perjalanan gelombang migrasi lagi dari wilayah Tonkin – Annam di bagian Selatan Tiongkok sekarang yang berkembang dengan kebudayaan dongson, yang menurut R.von Heine- Gelden, dari Yunani melintasi jalur yang sekarang dinamai Kampuchea, Laos, Thailand, Semenanjung Malaya, memisah ke Kalimantan terus ke Filipina. Kemudian migrasi menempuh jalur dari Pulau Sumatera bagian Utara dan Tengah, sebahagian tinggal dan yang lain melintasi daratan yang sekarang Pulau Jawa menuju ke arah Timur (Pasaribu 2009: ii) (Dalam Resume Identifikasi Masyarakat Batak Toba tahun 2011, repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20345/4/Chapter%20II.pdf).

Analisis Tekstual

Analisis tekstual digunakan untuk memaknai makna yang tersembunyi dalam sebuah teks. Teks yang dimaksudkan tidak hanya

tulisan atau kata, tetapi juga meliputi gambar, kode, simbol, suara, dan tanda yang terdapat dalam suatu media. Analisis tekstual bertujuan menggali lebih dalam (*to explore*), membuka makna-makna tersembunyi (*to unpack*), membongkar konsep, nilai, ideologi, budaya, mitos, dan hal-hal lain yang diproduksi oleh pembuat teks atau penguasa media (*to deconstruct*) untuk memahami bagaimana sebuah kultur, mitos, kepentingan lain yang ada dalam produksi teks (*to understand*) dan lain-lain. Analisis tekstual digunakan untuk mengungkapkan *latent meaning* dalam sebuah teks. Analisis tekstual adalah sebuah metodologi :”*a way of gathering and analyzing information in academic research*” (McKee, 2003 dalam Ida, 2011:41).

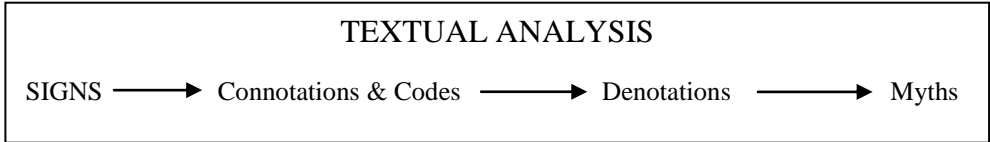
Analisis tekstual muncul sebagai salah satu metodologi yang digunakan untuk mengupas, memaknai, sekaligus mendekonstruksi ideologi, nilai-nilai, atau interest/kepentingan yang ada di balik dari suatu teks media. Teks dan budaya adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan karena teks adalah produksi dan konstruk dari budaya, sementara budaya juga merupakan konteks yang pada akhirnya memberikan variasi makna dari teks yang diciptakan.

Budaya sendiri dalam analisis tekstual merupakan kumpulan dari praktik-praktik sosial dimana makna-makna diproduksi, disirkulasi dan dipertukarkan dalam masyarakat (Thwaites dkk, 1994). Sedangkan teks adalah semua yang tertulis, gambar, film, video, foto, desain grafis, lirik lagu, dan lain-lain yang menghasilkan makna (McKee, 2001). Pengertian teks tidak hanya meliputi hasil produksi media massa atau publikasi, teks juga bisa diartikan sebagai realitas sehari-hari yang mempunyai atau menghasilkan makna. Menurut Thwaites dkk (2002), teks adalah kombinasi dari tanda-tanda atau signs. Tanda tidak hanya membawa makna, tetapi juga memproduksi makna. Pada kenyataannya tanda sendiri memproduksi banyak makna, tidak hanya satu makna pertanda. Ini yang disebut sebagai polysemic tanda. Tanda menghasilkan multiple interpretasi bagi pemaknanya.

Peneliti yang menggunakan studi analisis tekstual memulai penelitiannya dengan menginterpretasi tanda-tanda yang diproduksi dalam sebuah teks media. Tanda-tanda ini kemudian diinterpretasi dengan makna-makna konotasi dan kode-kode konotasi sehingga tanda-tanda bisa “dibaca”. Makna-makna konotasi ini akan menjadi makna

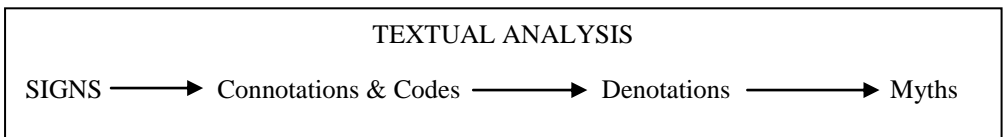
denotasi bila argumen peneliti dan interpretasi peneliti tersebut diterima oleh khalayak sebagai sesuatu yang “sesungguhnya” atau realitas seperti itu adanya.

Metode Penelitian



Gambar 1. Logika Analisis Tekstual dan Produksi Tekstual (Thwaites et al., 1994 dalam Ida 2011:45)

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam paper ini untuk meneliti stereotip etnis batak dalam Stand Up Comedy Boris Manullang adalah metode analisis tekstual. Analisis tekstual digunakan untuk mengupas, memaknai sekaligus mendekonstruksi ideologi, nilai-nilai, atau kepentingan/interest yang ada dibalik suatu teks media. Peneliti berusaha menggali realitas yang didapatkan melalui interpretasi simbol-simbol dan tanda-tanda yang ditampilkan dalam materi stand up comedy boris manullang. Sumber data dalam penelitian diperoleh dari video Stand Up Comedy Boris Bokir dengan judul #StandUpNiteBDG4 – Boris T. Manullang. Teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer gambar visual dan transkrip materi dalam video Stand Up Comedy Boris Manullang. Data sekunder berupa literatur-literatur yang berkaitan dengan stereotip etnis batak dan internet. Data primer dan dan sekunder berkaitan dengan stereotip etnis Batak. Teknik analisis data adalah



Gambar 2. Logika Analisis Tekstual dan Produksi Tekstual (Thwaites et al., 1994 dalam Ida 2011:45)

Signs adalah transkrip materi (*bit*) Stand Up Comedy Boris Manullang yang ditampilkan dalam acara *Open Mic #StandUpNiteBDG4* dan *screen capture* adegan selama Boris Manullang membawakan *bit* Stand Up Comedy. Connotation atau konotasi adalah penafsiran makna yang bukan sesungguhnya. Dalam Video berdurasi 16 menit 35 detik, konotasinya adalah pesan non verbal, seperti body language, property atau atribut yang digunakan. Denotation atau denotasi adalah makna sebenarnya yang diucapkan atau disampaikan secara verbal. Myths dalam analisis ini adalah stereotip etnis batak dalam masyarakat.

SIGNS	CONNOTATION	DENOTATION	MYTHS
<p>“Perkenalkan nama saya boris thompson manullang.</p> <p>“Biar kalian taulah ciri-ciri orang batak lha ya, kalo orang batak dari muka pun dah keliatan, sebelum sama tadi ini mukanya sudah jelas itu, batak fasih itu (penonton tertawa). Karena kenapa? Rahangnya pasti tegas kayak trapesium (penonton tertawa). (Boris memegang rahang) jumlah dua garis sejajar kali tinggi bagi</p>	<p>Bentuk rahang yang tegas dan bentuk hidung yang mancung dikarenakan faktor biologis nenek moyang etnis batak yaitu Proto Melayu.</p>	<p>Perkenalan Boris Manullang menyampaikan bentuk fisik dari etnis batak yaitu hidung dan rahang</p>	<p>Stereotip mengenai fisik</p>


<p>dua (penonton tertawa). Selain itu juga hidungnya kalo saya agak agak blasteran. Kalo yang tadi agak agak lebay hidungnya (penonton tertawa). Benar, klo orang batak itu diameter hidungnya lebay, agak besar dia.”</p>			
<p>Selain itu juga kalo kalian jadi tetangganya, ragu belum pernah nengok mukanya, kalian tengok kalo dia manggil anaknya. (Memakai logat jawa) nduk, dalem nduk. Nah bukan orang batak itu. Ada lagi yang lain yang modalnya juga sama kencengnya kalo ngomong. (Memakai logat betawi) tong, iye</p>	<p>Etnis batak memiliki ciri khas dari logat bicara yang khas dan ketegasan dalam berbicara</p>	<p>Intonasi suara yang keras dan meledak-ledak</p>	<p>Stereotip mengenai cara berbicara</p>

<p>nyak, balik tong, bentar nyak, set dah bocah bandel banget balik ga lu (penonton tertawa dan tepuk tangan). Kalo orang batak manggil anaknya singkat jelas padat simple ga usah banyak tenaga. Boris, masuk, ggrrrrrr (menirukan suara anjing) (penonton tertawa).</p> <p>Orang batak itu tidak ada yang alay. Kau tengok yang acara joget-joget pagi-pagi itu. Kalian tengok anak-anak disitu tidak ada yang bawa handuk. Karena memang dari ngomong aja ga pantes, semangka semanngat kakak (dengan logat batak). Belum lagi kalo ngomong semungut eaa kakak (logat</p>			
--	--	--	--

<p>batak) (penonton tertawa). Tidak ada orang batak alay.</p>			
<p>Memang begini biar keren, betul biar keren biar tidak dikira apa tukang copet atau apa enggak. Seenggak-enggaknya kalopun ga lawyer, penipu kelas kakap iya kan? Plus ganteng masih keren. Kalo orang batak itu namanya keren-keren iya kan. Betul, ih namanya keren-keren orang batak semuanya. Minimal dikira lawyer lah, iya kan?</p> <p>2011 banyak kali kejadian-kejadian yang ada di Indonesia ini. Yang pertama ekonomi, ekonomi indonesia meningkat betul nda? Tepuk</p>	<p>Kaitan dengan profesi dan kerja keras etnis batak yang menjadi prinsip turun temurun</p>	<p>Pekerjaan yang identik dengan etnis batak yaitu pengacara, supir bis, kenek, tukang tambalan dan lain-lain. Ada pekerjaan atau profesi lain yaitu seni, contohnya penyanyi</p>	<p>Stereotip mengenai pekerjaan</p>

<p>tangan dulu donk. Tapi yang mau saya bilang lebih meningkat lagi kalo yang jadi presiden orang batak apalagi ibu-ibu. (penonton tertawa) betul! Ga akan kita minjam uang ke luar negeri, tapi orang luar negeri pinjam ke kita, iya kan! Betul kan! Seminggu bunga sepuluh persen, dua minggu lima belas persen, kaya kita. Betul kan?! Selain itu juga, itu dari sisi ekonomi kan ya,</p>			
<p>Dari sisi keagamaan, ada juga yang penceramah agama yang fenomenal yang kayak bang mongol. Yang jatuhin mic terus dia muter (setelah berputar boris mengangkat tangan kiri sambil</p>	<p>Agama Kristen menjadi agama dominan dalam etnis batak</p>	<p>Agama Kristen</p>	<p>Stereotip mengenai agama yaitu orang batak identik dengan agama kristen</p>

<p>tersenyum), ya kan?! Kalo saya jadi pastor, saya juga bisa begitu. Jatuhkan mic (menurunkan mic), berputar (memutar badan), bikin tanda salib (membentuk tanda salib dari dahi lalu ke bahu kanan dan kiri), jemaaaattt (penonton tertawa). Halleluyaaaa (penonton tertawa dan tepuk tangan).</p>			
<p>Orang batak punya usaha yang lain, dia punya bioskop nanti Cuma beda bioskopnya. Makannya ga akan popcorn minumnya es teh manis. Makanannya babi panggang, minumnya tuak. Belum lagi audio, biasanya kan ting nung ning nung, tapi jadi tet nonet</p>		<p>Lagu khas daerah dan tarian Tortor</p>	<p>Stereotip mengenai kebudayaan</p>

<p>nonet nonet tet nonet (musik khas batak) (tangannya menari tarian khas batak).</p>			
	<p>kna dibalik duk adalah a keras dalam bekerja.</p>	<p>Handuk, kemeja biasa dan celana jeans</p>	<p>Stereotip mengenai profesi</p>

Hasil dan Pembahasan

Stand Up Comedy merupakan komedi yang berasal dari Amerika Serikat yang berkembang pada abad 18. *Stand Up Comedy* memiliki konsep yang berbeda dengan jenis komedi lain, contohnya adalah *slapstick comedy*. Dalam *Stand Up Comedy*, seorang comic menciptakan materi-materi dari pengalaman pribadi, pengalaman orang lain maupun pengamatan dan situasi sebagai naskah dan disampaikan dengan gaya humor. Kelucuan tercipta bergantung pada kemampuan pelawak dalam mengeksplorasi tema. (Papana, 2012:14). Satu hal yang menjadi ciri khas humor dalam *Stand Up Comedy* dibandingkan dengan komedi lain adalah dalam materi humor mengangkat fenomena sosial yang ada di kehidupan sehari-hari maupun sebagai kritik sosial yang ditampilkan dari sudut pandang komedi. Jenis komedi *Stand Up* ini memberikan berbagai macam pendapat, pengalaman pribadi, mengangkat kenyataan dalam kehidupan sosial dengan menggunakan bahasa yang humoris dalam menyampaikan humor tersebut (Pragiwaksono, 2012:21).

Stand Up Comedy di Indonesia dimulai saat Ramon Papana dan temannya bernama Harry de Fretes, menyelenggarakan lomba komedi secara tunggal di *Café* yang bernama *Boim Café* pada tahun 1992. Mungkin ada perlombaan komedi tunggal yang diselenggarakan di Indonesia, tetapi yang dilakukan Ramon papana berbeda dengan komedi-komedi lain pada saat itu, karena mengharuskan humor yang

menceritakan pengalaman atau kehidupan pribadi dari sudut pandang komedi tersebut (Papana, 2012:9). Lomba komedi secara tunggal ini terus dilakukan oleh Ramon Papana di tahun-tahun berikutnya, meskipun Ramon Papana telah meninggalkan *Boim Cafe* dan membuka *Comedy Cafe* di Indonesia pada tahun 1997.

Pada tahun tersebut juga dimulai acara *Open Mic* ketika itu dinamakan acara “Bintang Baru” yang mempersilahkan siapapun tampil di panggung untuk melucu. Memasuki tahun 2000, *Comedy Cafe* pindah ke area Taman Ria Remaja Senayan dan tetap menyelenggarakan acara *Stand Up Comedy* di tahun-tahun, meskipun kurang diminati oleh penonton (Papana, 2012:11). Perlombaan komedi tunggal ini kembali diselenggarakan pada tanggal 25 agustus 2003 di *Comedy Café* Indonesia bekerja sama dengan majalah dari kompas *Gramedia Group*.

Pada stereotip yang pertama, Boris Manulang menyampaikan bagaimana etnis batak diidentifikasi melalui fisik. Dalam *bit* pertama Boris menggambarkan bahwa di masyarakat stereotip etnis batak adalah memiliki rahang yang tegas seperti trapesium dan hidung yang mancung dan besar.

“Biar kalian taulah ciri-ciri orang batak lha ya, kalo orang batak dari muka pun dah keliatan, sebelum sama tadi ini mukanya sudah jelas itu, batak fasih itu (penonton tertawa). Karena kenapa? Rahangnya pasti tegas kayak trapesium (penonton tertawa). (Boris memegang rahang) jumlah dua garis sejajar kali tinggi bagi dua (penonton tertawa). Selain itu juga hidungnya kalo saya agak agak blasteran. Kalo yang tadi agak agak lebay hidungnya (penonton tertawa). Benar, klo orang batak itu diameter hidungnya lebay, agak besar dia.”

Ciri fisik ini berasal dari faktor biologis nenek moyang etnis batak. Nenek moyang etnis batak adalah Proto Melayu. Asal usul dari etnis Batak diungkap oleh beberapa peneliti, salah satunya adalah Parlindungan. Menurutnya, etnis batak tergolong Proto Melayu, dikarenakan karakteristik yang dimiliki oleh etnis batak yang gemar untuk tinggal dan menetap di daerah-daerah pedalaman dan pengunungan. Etnis batak menghindari daerah tepi pantai dan mendiami daerah sekitar Danau Toba. Cikal bakal bangsa batak pertama kali mendarat di Muara Sungai Sorkam, lalu masuk dalam hutan, melewati

daerah dolok Sanggul dan terus hingga sampai di kaki bukit pusuk buhit. Di tempat ini pertama kalinya etnis batak mendirikan sebuah kampung dan dikenal dengan nama Sagala Limbong Mulana (M.O Parlindungan, 1964:19-21, dalam Resume Identifikasi Masyarakat Batak Toba tahun 2011).

Selain ciri fisik, orang batak distereotipkan dari cara berbicara. Orang batak memiliki cara bicara yang khas, dimana logatnya masih melekat dan intonasi suaranya yang besar. Orang-orang menganggap bahwa orang batak cara bicaranya kasar dan galak.

Selain itu juga kalo kalian jadi tetangganya, ragu belum pernah nengok mukanya, kalian tengok kalo dia manggil anaknya. (Memakai logat jawa) nduk, dalem nduk. Nah bukan orang batak itu. Ada lagi yang lain yang modalnya juga sama kencengnya kalo ngomong. (Memakai logat betawi) tong, iye nyak, balik tong, bentar nyak, set dah bocah bandel banget balik ga lu (penonton tertawa dan tepuk tangan). Kalo orang batak manggil anaknya singkat jelas padat simple ga usah banyak tenaga. Boris, masuk, ggrrrrrr (menirukan suara anjing) (penonton tertawa).

Orang batak itu tidak ada yang alay. Kau tengok yang acara joget-joget pagi-pagi itu. Kalian tengok anak-anak disitu tidak ada yang bawa handuk. Karena memang dari ngomong aja ga pantes, semangka semangat kakak (dengan logat batak). Belum lagi kalo ngomong semungut eaa kakak (logat batak) (penonton tertawa). Tidak ada orang batak alay.

Stereotip yang kedua adalah dari sisi pekerjaan. Dalam segi pekerjaan, orang batak diidentifikasi sebagai pengacara dan pekerja kasar atau buruh, seperti tukang tambal ban, supir angkot dan kenek, bahkan pekerjaan yang berhubungan dengan kejahatan seperti pencuri dan pencopet. Tidak hanya profesi-profesi tersebut, orang batak juga memiliki profesi dalam bidang seni seperti penyanyi, model dan profesi yang lain. Hal ini erat kaitannya dengan falsafah etnis batak yaitu prinsip kerja keras dan tidak memandang tinggi rendah suatu profesi. Profesi sebagai pengacara dianggap sesuai dengan etnis batak dikarenakan dari cara berbicara yang tegas.

Memang begini biar keren, betul biar keren biar tidak dikira apa tukang copet atau apa enggak. Seenggak-enggaknya

kalopun ga lawyer, penipu kelas kakap iya kan? Plus ganteng masih keren. Kalo orang batak itu namanya keren-keren iya kan. Betul, ih namanya keren-keren orang batak semuanya. Minimal dikira lawyer lah, iya kan?

2011 banyak kali kejadian-kejadian yang ada di Indonesia ini. Yang pertama ekonomi, ekonomi indonesia meningkat betul nda? Tepuk tangan dulu donk. Tapi yang mau saya bilang lebih meningkat lagi kalo yang jadi presiden orang batak apalagi ibu-ibu. (penonton tertawa) betul! Ga akan kita minjam uang ke luar negeri, tapi orang luar negeri pinjam ke kita, iya kan! Betul kan! Seminggu bunga sepuluh persen, dua minggu lima belas persen, kaya kita. Betul kan?! Selain itu juga, itu dari sisi ekonomi kan ya,



Gambar 3. Boris Manullang

Selain dari transkrip *bit* atau materi Stand Up Comedy Boris Manullang, stereotip mengenai profesi juga nampak dari pesan non verbal, yaitu atribut yang digunakan oleh Boris Manullang dalam setiap pertunjukannya. Atribut yang menjadi ciri khas Boris Manullang adalah handuk yang diletakkan diatas bahu. Hal ini merupakan simbol profesi orang batak di kota besar dikenal sebagai supir truk. Dibalik simbol tersebut ada sebuah pemahaman mengenai kerja keras yang menjadi prinsip dari etnis batak.

Stereotip yang ketiga adalah dari sisi keagamaan, dimana orang batak diidentikan dengan agama kristen atau katolik. Agama mayoritas di etnis batak adalah kristen dan katolik. Agama yang pertama kali masuk

dan dikenal oleh etnis batak adalah kristen dan katolik dikarenakan kedatangan misionaris Jerman yang bernama I.L. Nommensen menetap di Silindung. Sebelumnya ada dua misionari yang berasal dari Inggris pada tahun 1824 dan dua missionaris Amerika pada tahun 1834. Nasib dari misionaris Inggris dan Amerika dikejar-kejar dan dibunuh.

Dari sisi keagamaan, ada juga yang penceramah agama yang fenomenal yang kayak bang mongol. Yang jatuhin mic terus dia muter (setelah berputar boris mengangkat tangan kiri sambil tersenyum), ya kan?! Kalo saya jadi pastor, saya juga bisa begitu. Jatuhkan mic (menurunkan mic), berputar (memutar badan), bikin tanda salib (membentuk tanda salib dari dahi lalu ke bahu kanan dan kiri), jemaaaattt (penonton tertawa). Haleluayaaaa (penonton tertawa dan tepuk tangan).

Nommensen pun sebenarnya mengalami banyak kesulitan di tahun-tahun pertama. Nommensen banyak mengalami berbagai hambatan dan gangguan yang menyebabkan nyawanya terancam. Nommensen berhasil pula menobatkan beberapa orang di antara raja-raja, walaupun pada permulaannya agak perlahan-lahan. Sesudah itu gerakannya bertambah cepat, agama Kristen mencapai perkembangan yang cepat. Mula-mula di Silindung, kira-kira 15-20 tahun kemudian di Dataran Tinggi Danau Toba dan Balige dan sekitarnya. Di sekitar Danau Toba walaupun sudah melalui perjuangan yang sengit, dengan campur tangan sebuah ekspedisi militer Belanda dan pencaplokan daerah itu, hasilnya memuaskan bagi Zending. Akan tetapi memang sesudah tahun 1883 Zending telah benar-benar berhasil dengan misinya, orang Batak Toba memahami apa arti kesempatan yang diberikan Zending dan pemerintahan Belanda kepada mereka. Keamanan dan ketertiban, pembukaan daerah permukiman dan lahan pertanian yang baru banyak memengaruhi taraf kehidupan masyarakat Batak Toba. Masyarakat Batak Tobadiberi kesempatan untuk dididik menduduki kedudukan-kedudukan dalam Zending sebagai pengetua-pengetua, guru dan pendeta.

(<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/32722/Chapter%20II.pdf>)

Stereotip yang keempat adalah dari sisi kebudayaan. Stereotip yang pertama dalam kebudayaan adalah makanan dan minuman khas yaitu babi panggang dan tuak. Etnis batak dianggap etnis yang suka mabuk dan

pemakan babi. Selain itu juga dari lagu daerah dan tari-tarian. Tarian daerah yang populer adalah tarian Tortor, dimana tarian tersebut dilakukan dalam setiap upacara dengan iringan *gondang sabangunan*, yang secara umum terlihat seperti hiburan. Tarian Tortor memiliki arti yang sakral dan merupakan pujaan kepada Sang Maha Tinggi. Tetapi tarian tersebut sering dijadikan sebagai bahan bercanda. Tarian khas batak tidak hanya itu saja, tetapi memiliki tarian khas lain jumlah yang besar.

Orang batak punya usaha yang lain, dia punya bioskop nanti Cuma beda bioskopnya. Makannya ga akan popcorn minumannya es teh manis. Makanannya babi panggang, minumannya tuak. Belum lagi audio, biasanya kan ting nung ning nung, tapi jadi tet nonet nonet nonet tet nonet (musik khas batak) (tangannya menari tarian khas batak).

Selain tarian, ada kesenian musik dan seni suara yang didengarkan sambil menari Tortor. Dalam *bit* tersebut stereotipnya adalah etnis batak sangat dekat dengan lagu dan tarian tersebut, sehingga seluruh aspek kehidupan didominasi oleh lagu dan tarian tersebut. Etnis batak juga dianggap sebagai etnis yang mencintai kebudayaannya.

Kesimpulan

Kesimpulan dalam makalah ini adalah stereotip-stereotip mengenai etnis batak yang disampaikan oleh Boris Manulang dalam materi atau *bit* Stand Up Comedy ada dua, melalui verbal dan non verbal. Dari sisi verbal adalah

1. Stereotip mengenai ciri fisik dan gaya berbicara
2. Stereotip mengenai pekerjaan tertentu yang melekat pada etnis batak seperti pengacara, kriminal dan pekerjaan rendah seperti supr bis dan kener
3. Stereotip mengenai agama, yaitu etnis batak beragama kristen atau katolik
4. Stereotip mengenai kebudayaan.

Dari non verbal adalah atribut yang menjadi ciri khas Boris Manulang dalam pertunjukan komedi Stand Up Comedy adalah handuk kecil. Handuk kecil menjadi simbol, selain berkaitan dengan stereotip

mengenai pekerjaan rendahan, hal ini juga berkaitan dengan kerja keras. Kerja keras adalah salah satu prinsip yang dipegang oleh etnis batak secara turun temurun.

Daftar Rujukan

Antonius Simanjuntak, Bungaran. (2011). *Pemikiran Tentang Batak Setelah 150 Tahun Agama Kristen di Sumatera Utara*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Didik Rahmanadji. Sejarah, Teori, Jenis, dan Fungsi Humor. *Jurnal BS* No. 2 Agustus 2007

Fiske, J. 2010, *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, Jalasutra, Yogyakarta

Humor dan Prinsip Komunikasi, <http://bone-rampung.blogspot.com/2013/09/humor-dan-prinsip-komunikasi.html>

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Pragiwaksono, Pandji. 2012. *Merdeka dalam Bercanda*. Benteng Pustaka

Sujoko. 1982. *Perilaku Manusia dalam Humor*. Jakarta: Karya Pustaka dalam Didik Rahmanadji. Sejarah, Teori, Jenis, dan Fungsi Humor. *Jurnal BS* No. 2 Agustus 2007

Sosial Media dan Demokrasi Politik: Studi Kasus di Desa Gedangan, Sidoarjo

Oleh:

Dra. Nurtyasih Wibawanti Ratna A., M.Si dan Dhimam Abror, B.Bus, M.Si.

dutaratna@gmail.com dan d.abror@yahoo.com

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya

Abstract

Democracy in political communication or political communication which involves many people and social media user with different ability will cause friction in social relations in society, especially when it is associated with other concern. Fundamental democratic participation with social media presence greatly influenced by the level of maturity of each individual and the group in response to the information. Political fundamental dichotomy between old and new media at various levels, is not adequate both by governments, political organizations and the community using social media.

Keyword: Democracy, Political Communication, Social Media

Abstrak

Demokrasi dalam komunikasi politik atau politik komunikasi yang melibatkan masyarakat banyak dan penggunaan media sosial dengan tingkat kemampuan yang berbeda-beda akan menimbulkan gesekan pada hubungan sosial dalam bermasyarakat apalagi bila sudah dikaitkan dengan kepentingan lain. Partisipasi demokrasi yang mendasar dengan kehadiran media soSial sangat dipengaruhi oleh tingkat kematangan tiap individu dan kelompok dalam merespon informasi. Dikotomi mendasar antara politik lama dan media baru di berbagai tingkat, yang belum memadai baik oleh pemerintah, organisasi politik dan masyarakat pengguna media social.

Kata kunci: Demokrasi, Komunikasi Politik, Media Sosial.

Pendahuluan

Makin maraknya penggunaan media sosial dewasa ini makin meningkatkan jumlah pengguna internet. IPSOS mengkonfirmasi bahwa para pengguna internet mereka juga pengguna media sosial kelas berat. Mereka selalu bermedia sosial ketika online. 83% dari pengguna Internet di Indonesia saat ini atau sekitar 19,5 juta akun Twitter, jumlah ini menjadikannya pengguna terbesar kelima di dunia tahun 2012 ini. Begitu populernya media sosial ini, seperti Facebook, Twitter dan lain-lain. Indonesia juga bisa digolongkan dalam pengguna internet keempat di Asia (setelah China, India dan Jepang), yakni sekitar 55 juta orang menggunakannya saat ini. Di ASEAN, penetrasi tertinggi adalah Brunei Darussalam (80,4%), lalu Singapura (78,2%), diikuti Malaysia (64,3%), Filipina (30,2%) dan Thailand (28,2%) (Internet World Stats 2012).

Masyarakat Indonesia secara sosiologis dan kultural dapat dibedakan menjadi tiga pilahan yaitu masyarakat pedesaan, masyarakat tepian kota atau masyarakat transisi, dan masyarakat perkotaan. Masyarakat desa Gedangan, Sidoarjo lebih tergolong pada masyarakat tepian kota di mana desa Gedangan terletak di tepian kota Surabaya yang masyarakatnya termasuk masyarakat transisi (masyarakat transisi merupakan masyarakat yang mulai beranjak dari unsur-unsur tradisional menuju ke arah modern). Unsur-unsur perkotaan seperti individualisme dan transaksional tumbuh di kalangan masyarakat Gedangan ini, pada saat yang sama unsur-unsur gotong royong dan kebersamaan masih ada tapi mulai memudar. Dengan kata lain masyarakat transisi/masyarakat tepian kota bisa diartikan sebagai sekelompok masyarakat yang tinggal di satu tempat yang sama dimana mereka mulai menggunakan nilai-nilai/norma-norma hubungan baru sedangkan norma lama belum ditinggalkan.

Masyarakat Gedangan 68% tingkat pendidikannya SMA. Mata pencaharian mereka rata-rata pekerja pabrik dan wiraswasta. Media sosial yang paling banyak mereka gunakan adalah Facebook, Twitter, blogger.

Perubahan teknologi menawarkan peluang dan hambatan pada ranah publik, kebebasan mengutarakan pendapat dengan pesatnya penggunaan internet dan kemajuan teknologi pada telepon seluler turut memacu peningkatan kebutuhan manusia untuk eksis bisa terpenuhi lewat media sosial. Mereka mengabadikan kegiatan-kegiatan pribadi dan

kelompok melalui media sosial. Penggunaan media sosial di kalangan masyarakat (hampir semua kelas) dengan macam dan tingkat kepentingan masing-masing membuat ketergantungan individu pada penggunaan media sosial mereka sangat tinggi, baik untuk sekedar aktualisasi diri, menambah wawasan, menyambung tali silaturahmi, berbincang dengan kelompok-kelompok tertentu dan untuk menyuarakan pendapatnya.

Metode

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data diperoleh dengan studi dokumen dengan mempelajari beberapa literatur mengenai media sosial dan demokrasi politik pada dampaknya terhadap pola hubungan masyarakat tepian kota. Periode penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2016 sampai dengan September 2016. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa, metode deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Rakhmat, 1995: 24)

Pembahasan

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari kemajuan teknologi internet yang cukup fenomenal sebagai sarana untuk berkomunikasi melalui media online. Media sosial merupakan media online yang mendukung seseorang untuk bisa berinteraksi melalui internet atau situs-situs berbasis web. Menurut (Nasrullah, 2015:11) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Kehadiran sosial media, kini terasa seperti tidak ada batasan dengan orang lain meski mereka berjarak ratusan ribu kilometer dari lokasi seseorang. Kehadiran sosial media seolah-olah tidak ada batasan antar individu. Pengguna media sosial bisa saling mengetahui aktivitas mereka begitu juga sebaliknya. Sosial media mengajak siapa saja yang tertarik dan partisipasi di antara mereka memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Berbagai sosial media membuat individu atau kelompok bisa berkomunikasi dan saling merespon secara langsung dan mendapatkan populaitas daripadanya. (Puntoadi, 2011:6)

Demokrasi menurut para ahli diartikan sebagai “ Pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat (*government of the people, by the people and for the people*). Hal ini berarti kekuasaan tertinggi dalam sistem demokrasi ada di tangan rakyat dan rakyat mempunyai hak, kesempatan dan suara yang sama dalam mengatur kebijakan pemerintahan. Melalui demokrasi, keputusan yang diambil berdasarkan suara terbanyak.” (Abraham Lincoln)

Secara konseptual, internet dipandang sebagai fenomena yang memiliki implikasi global pula. Kebebasan mengeluarkan pendapat melalui media sosial pun dianggap kebebasan berdemokrasi. Hal ini menciptakan perdebatan politik melalui media sosial dalam berbagai cara dan kemasan berbeda-beda. Media sosial telah menjadi alat komunikasi yang mampu mengurangi jarak antara individu dan kelompok, dikotomi yang berada pada permasalahan utama adalah adanya perbedaan pandangan pada media lama dan media baru dimana setiap individu bisa menjadi produsen berita dan bisa pula menjadi konsumen berita dalam banyak hal secara teoretis dan populer, kehadiran internet dianggap bisa menjadi jawaban pada aspirasi demokrasi rakyat.

Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Secara umum memiliki fungsi pribadi dan fungsi sosial. Fungsi pribadi komunikasi dirinci ke dalam fungsi: menyatakan identitas sosial, integrasi sosial, kognitif, dan fungsi melepaskan diri/jalan keluar. Adapun fungsi sosial terinci atas: fungsi pengawasan, menghubungkan/menjembatani, sosialisasi, dan menghibur. Maka media sosial disini idealnya harus banyak digunakan untuk kedua fungsi tersebut diatas.

Dalam menggunakan media sosial, mereka lebih banyak membahas tentang kejadian sehari-hari yang didalamnya banyak bersinggungan dengan kebutuhan hidup, keluarga, kegiatan sosial dan situasi pemerintahan menempati porsi kedua setelah kebutuhan hidup yang menjadi bahan pembicaraan di antara mereka.

Sebagian besar mereka mengartikan demokrasi di media sosial telah terjadi dalam konteks demokrasi barat, dimana mereka merasa bisa dan berhak mengucapkan/ mengutarakan apa pun yang mereka rasa dan mau. Kehadiran internet yang berkembang di media sosial merupakan

instrumen dari kedua pembuatan identitas kolektif dalam partisipasi pada informasi *superhighway*, tingkat pendidikan pengguna media sangat mempengaruhi kemampuan pengelolaan informasi media internet seperti yang dikatakan Trevor Locke 2011 bahwa kemampuan pengguna media sosial sangatlah mempengaruhi pola hubungan komunikasi.

Perselisihan di antara mereka dengan pengguna media sosial lain menjadi hal yang tidak bisa dihindarkan bahkan seringkali terjadi. Kemampuan mengelola informasi yang rendah membuat kemampuan nalar yang rendah pula sehingga dalam mengupas informasi yang menjadi bahan diskusi/pembicaraan diantara mereka di media sosial tidak jarang membawa mereka dalam dunia nyata dan menciptakan hubungan positif bila mereka merasa sependapat dan negatif bila mereka merasa tidak sependapat. Tingkat toleransi di antara mereka juga tergolong rendah.

Habermas membahas perubahan teknologi dan media pada dasarnya menawarkan peluang baru, dan hambatan baru, untuk debat publik terbuka (Dahlgren, 2005). Meskipun beberapa sarjana telah menyarankan bahwa teknologi media baru memungkinkan terjadinya debat lebih terbuka dan demokratis (Coleman & Blumler, 2012), Habermas sangat prihatin tentang kemampuan kepentingan politik yang dibentuk untuk mengontrol media massa, mengacu pada liputan berita kontemporer proses yang sangat koreografis yang harusnya bisa melekat kuat pada tingkat musyawarah publik (Habermas, 1962/1991). Pendapat lain menyatakan skeptisisme yang sama tentang peran internet baik secara online kelompok (Barney, 2007), dan ada banyak penelitian yang menunjukkan bahwa platform online mengubah partisipasi politik langsung merubah hanya sekadar wacana dan mengganggu (Albrecht, 2006). Meskipun perdebatan ilmiah atas pengaruh media sosial di ranah publik adalah wajar untuk mengatakan bahwa teknologi kontemporer tidak memberikan solusi sederhana untuk tantangan yang Habermas (1962/1991), dan Dewey dan Lippmann sebelum dia, diidentifikasi (Coleman & Blumler, 2012).

Kemajuan dunia internet dan teknologi membuat masyarakat disuguhi ilusi sebuah kebijakan dalam perbedaan opini bebas untuk mengemukakan pendapat baik secara langsung mau pun melalui media sosial. Tingkat pendidikan dan lingkup pergaulan bisa menimbulkan

perbedaan pemahaman pada konteks makna dan memperlebar kesenjangan, pola perilaku dan intelegensia. Sebagai pen jembatan dari kesenjangan yang ada tersebut maka dibutuhkan *watchdog* atau pengawas bagi porsi yang berlebihan untuk kepentingan kalangan tertentu. Pada dasarnya tanpa adanya dialog pada pengguna media sosial, maka peristiwa yang disajikan/dibahas bisa menimbulkan efek negatif yakni menimbulkan pertentangan di anatra mereka, menerima nilai-nilai modern dengan lebih cepat tanpa diimbangi dengan meningkatnya nilai norma-norma dan etika, menjadikan khalayak tidak dapat merumuskan tindakan dengan terdidik.

Teori Kebudayaan (Cultural Theories)

Pendekatan kultural atau sosiokultural dalam teori komunikasi massa membahas bagaimana berbagai pengertian, makna, norma, peran, dan aturan yang ada bekerja dan saling berinteraksi dalam proses komunikasi. Tradisi ini menekankan gagasan bahwa realitas dibangun melalui suatu proses interaksi yang terjadi dalam kelompok, masyarakat dan budaya.

Perubahan perilaku tidak bila lepas dari proses komunikasi, komunikasi yang dilakukan berulang bisa menjadi tradisi/budaya seperti yang diungkapkan dalam teori kebudayaan. Teori komunikasi massa yang masuk dalam kelompok pemikiran kultural/ tradisi sosiokultural, artinya pengalaman individu terhadap kenyataan merupakan suatu konstruksi sosial yang berlangsung terus menerus atau dilakukan secara berulang bukan dengan tiba-tiba. Informasi awal yang masuk dalam memorinya dan mendapatkan penegasan berulang dari media sosial yang dia konsumsi maka pengguna media sosial tidak hanya bersikap pasif dan menerima dalam menerima informasi namun ikut aktif mengelolah informasi itu, membentuknya dan hanya menyimpan informasi yang memang memenuhi kebutuhannya secara kultural. Dengan demikian, pesan dan efek dalam komunikasi massa lewat media sosial tersebut merupakan proses interaksi atau hasil negosiasi antara media dan audiens. Teori-teori komunikasi yang menggambarkan pesan dan efek sebagai hasil interaksi atau negosiasi ini disebut dengan teori kebudayaan (cultural theories).

Pembentukan kultur kontemporer dalam masyarakat hari-hari ini dilakukan lewat desakan atau program dan bukannya tercipta melalui

proses konstruksi tradisi alamiah yang kemudian menjadi sarana fungsi-fungsi sosial-budaya. Kalau kultur dipandang sebagai produk, kesamaan akan mempermudah segala prosesnya (baik produksi maupun distribusinya). Atas dasar itulah maka masalah budaya dalam globalisasi hanya dimungkinkan dalam hubungan homogenisasi budaya. Ujung dari pembentukan budaya kontemporer tersebut adalah menciptakan pasar dan penguatan kapital semata yang artinya media sosial tidak bisa membentuk peningkatan ikatan kultural hanya sekedar memenuhi kebutuhan eksistensi diri, penyaluran kebutuhan aktualisasi diri dan jalinan komunikasi.

Pada akhirnya komunikasi lewat media sosial lebih banyak dikendalikan oleh kontrol komersial. Kecanggihan pesawat telepon dan jenis berlangganan internet menjadi ukuran berapa lama pengguna mengakses media sosial dan apa yang paling banyak diakses. Pada dasarnya hampir tidak ada bagian dari media sosial memenuhi syarat sebagai 'ruang publik' di mana kebebasan berbicara dan interaksi langsung akan kehilangan perannya yang kuat terhadap proses terjadinya ruang publik, karena pada dasarnya, seperti yang dikatakan oleh Habermas bahwa syarat terjadinya ruang publik itu bukan hanya kebebasan berpendapat didepan umum saja tetapi kehadiran secara fisik dalam pertemuan-pertemuan dan mengemukakan pendapat tanpa tekanan apapun adalah syarat terbentuknya ruang publik. Maka dalam hal ini bisa dikatakan media sosial telah gagal untuk meningkatkan kemampuan warga negara untuk mendefinisikan diri mereka dan tempat mereka dalam kehidupan sehari-hari untuk kalangan menengah bawah.

Penutup

Kesimpulan

Mutu komunikasi yang terbangun lewat media sosial pada penduduk desa Gedangan, Sidoarjo yang rata-rata penduduknya memiliki tingkat pendidikan SMA dan sederajat dengan lingkup pergaulan dan penghasilan yang menengah bawah--dimana mereka adalah pengguna media sosial yang aktif dan tergabung dalam beberapa kelompok dalam media sosial tersebut--membuat mereka banyak mendapatkan informasi tentang perkembangan mode, kebutuhan sehari-hari, situasi sosial, situasi pemerintahan dan lain-lain.

Media sosial disini lebih banyak digunakan untuk menampilkan aktualisasi diri mereka daripada mendapatkan informasi untuk peningkatan diri, hal ini membuat mengisolasi diri mereka dari informasi hanya pada informasi yang mereka butuhkan inginkan saja.

Aktifitas online memungkinkan khalayak penggunaannya mengisolasi diri mereka dari semua interaksi di luar orang-orang yang mereka pilih secara eksplisit, mengisolasi diri dari ideologi lain. Titik akhir ini akan menjadi masyarakat yang lebih lemah di mana konsekuensi tanggung jawab dan keputusan kelompok tidak akan ada. Demikian juga dengan harapan membangun kesetiakawanan dengan harapan untuk berdampak bagi masyarakat lokal. Media sosial sulit untuk mewujudkan hal tersebut karena ada bagian dari masyarakat yang tidak menjadi bagian dari masyarakat online. Padahal hal ini bisa terjadi hanya dengan demokrasi delebratif.

Karena kontrol komersial yang paling banyak diakses, hampir tidak ada bagian dari media sosial memenuhi syarat sebagai 'ruang publik' di mana kebebasan berbicara akan menikmati perlindungan terkuat. Maka bisa dikatakan media sosial telah gagal untuk meningkatkan kemampuan warga negara untuk mendefinisikan diri mereka dan tempat mereka dalam kehidupan sehari-hari untuk kalangan menengah bawah.

Saran

Mengingat mayoritas penduduk Indonesia masih bisa digolongkan pada kelompok berpendidikan menengah bawah dan kemampuan mendefinisikan informasi dari dunia media sosial masih sangat rendah maka akan lebih baik bila pemerintah kedepan lebih memfokuskan pada pembangunan SDM (Sumber Daya Manusia) lewat pendidikan. Hal ini dirasa sangat mendesak mengingat kemajuan teknologi tidak memungkinkan masyarakat dan pemerintah melakukan kontrol yang ketat.

Daftar Rujukan

- Turnomo Rahardjo, *Menghargai Perbedaan Kultural: Mindfulness dalam Komunikasi Antaretni*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2005
- Puntoadi, Danis. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT ElexKomputindo. 2011
- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*, Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- M Munandar Soelaiman, *Dinamika Masyarakat Transisi*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 1998,
- Nurudin. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.2008
- Wayansari, 'The internet and the public sphere in Indonesia's new democracy: a study of politikana.com', *Internetworking Indonesia Journal*, Vol.3, No.2, A2011
- Robbin, A, &Buente, W 2008, 'Internet information and communication behavior during a political moment: the Iraq war, March 2003', *Journal of The American Society for Information Science and Technology*, Vol. 59, No. 14, p. 2210-2231
- Larry A. Samovar.et.al., *Communication Between Cultures* (Third Edition),USA: Wadsworth Publishing Company.1998

Media Relations Sebagai Strategi dalam Komunikasi Politik

Oleh:

Kholid

Dosen Prodi ilmu komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Unirow Tuban

Abstrak

Indonesia merupakan negara demokrasi terbesar di dunia. Dimana negara demokrasi mensyaratkan adanya partai politik sebagai pilarnya, tidak terkecuali demokrasi di Indonesia, akan tetapi partai politik di Indonesia mengalami krisis berupa menurunnya citra partai di benak masyarakat, partai politik dipandang hanya sebagai alat untuk mendapatkan kekuasaan belaka tanpa diimbangi dengan distribusi kekuasaan dan manfaat kekuasaan bagi masyarakat luas. Dalam menghadapi situasi menurunnya citra partai politik maka partai politik harus melakukan strategi pemulihan kepercayaan masyarakat kepada partai politik dengan melakukan apa yang disebut dengan media relation. Media relation adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas (hubungan masyarakat) dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi, perusahaan yang bersangkutan. Media relation sendiri yang harus dilakukan partai politik adalah bagaimana partai politik menjalin hubungan dengan masyarakat melalui media massa, Partai politik tidak hanya sekedar memberikan informasi semata, tetapi menciptakan citra positif dengan jalan berbuat menjalankan fungsi partai politik secara nyata dengan sepenuh hati memperjuangkan kepentingan masyarakat. partai tidak sekedar menjadi partai Politik, tetapi kalau bisa menjadi partai sosial. Partai politik harus menjalin hubungan erat dengan media massa. Partai politik harus sering melakukan kegiatan-kegiatan yang aktual tetapi kegiatan itu tidak lain adalah demi membela kepentingan massa. Partai politik harus sering mengundang media massa, dimana Parpol tersebut melakukan kegiatan-kegiatan politik, terutama kegiatan yang terkait memperjuangkan kepentingan massa, seperti sikap Parpol yang menolak import beras, kenaikan BBM. . Semakin baik hubungan

suatu partai politik dengan media massa, semakin baik pula citra lembaga partai politik tersebut

Key Word: Media Relation, Citra. Partai politiki

Pendahuluan

Indonesia sudah dikenal sebagai negara demokrasi terbesar didunia. Sebagai identitas atau ciri negara demokrasi adalah keberadaan partai politik (Parpol) . Karena secara teoritis Parpol memiliki peran yang penting dalam menjalankan sebuah demokrasi di sebuah negara. Paratai politik mempunyai peran yang sangat penting dapat dilihat dari peran dan fungsi partai politik itu sendiri diantara fungsi yang harus diemban adalah sebagai sarana sosialisasi politik, sarana artikulasi dan agregasi kepentingan, sebagai sarana rekrutmen politik, sarana komunikasi politik, pengatur konflik, sarana pembuat kebijakan (gabriel Almond, 1974, 92-96, Mas'ood dan Adrews, 1978 : 60-64, Budiharjo, 1981 : 14-12, Sukarna, 1974 : 40-119)

Parpol juga mempunyai peran sebagai *panetrative linkage* yakni sebagai lembaga yang menghubungkan berbagai macam kepentingan dalam sistem politik dan *reactive linkage* yaitu lembaga yang melakukan reaksi terhadap kebijakan yang dikeluarkan pemerintah atau negara (Gafar, 1988 : 5) (2003,141)

Kenyataannya di banyak penelitian salah satunya dilakukan oleh Romli menyimpulkan pe bahrn dan fungsi yang strategis itu tidak diimbangi dengan pelaksanaan yang optimal. Parpol masih asyik dengan kepentingan diri sendiri. Harapan dan aspirasi masyarakat dibiarkan begitu saja, kemiskinan, kesenjangan sosial, ketidakadilan, kenaikan harga, konflik vertikal dan horizontal, kerusuhan dan rasa takut akan ancaman dan kesulitan tampak tidak dihiraukan oleh Partai politik (Romli, 2003 : 141-142).

Konsekuensi logis dari ketidak berdayaan melaksanakan peran dan fungsinya yang strategis menjadikan citra Parpol menjadi buruk. Hasil penelitian Japan Asean Barometer 2004 di Jepang, Kamboja, Indonesia, Myanmar, Singapura, Thailand, Vietnam, dan Korea, dari sekian lembaga yang tidak dipercaya oleh masyarakat adalah partai politik (Karim, 2005).

Penelitian lainnya dilakukan oleh Pusat Kajian Otonomi Daerah dan Kebijakan Publik (PUSKODAK) Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP) Universita Diponegoro Semarang di kota Semarang, Kabupaten Rembang, Kabupaten Semarang dan Kabupaten Blora, masyarakat tidak menginginkan Kepala Daerahnya berasal dari Parpol, tetapi lebih suka pada pengusaha atau birokrat (Utomo, 2005).

Pilkada serentak yang dilaksanakan mulai tahun 2015 nampaknya tidak ada pilihan dari masyarakat untuk bisa memilih calon dari luar partai politik. Hal ini disebabkan UU yang mengamatkan bahwa yang berhak mengajukan calon kepala daerah adalah partai politik atau gabungan partai politik . UU juga mengamatkan bahwa individu boleh maju menjadi calon dengan persyaratan yang cukup berat seperti dengan mengumpulkan KTP dengan jumlah yang besarr sebagai bukti dukungan masyarakat kepada paslon seperti masih kita ingat fenomena pengumpulan kartu tanda penduduk untuk mendukung calon gubernur DKI jakarta yang pada waktu iitu belum mendapat dukungan dari partai politik. Dari jalur non partai politik juga masih belum bisa bersaing dengan calon dari partai politik dikarenakan calon perseorangan tidak memiliki mesin politik yang mengakar.

Tidak terpilihnya calon dari perseorangan bukan berarti masyarkat lebih percaya kepada partai politik, akan tetapi lebih pada strategi pemenangan calon dari partai yang lebih terukur dan masif karena didukung mesin partai dan dana yang besar, Sedangkan dari calon perseorangan tidak didukung mesin partai dan dana yang besar.

Ketidak percayaan masyarakat terhadap Parpol merupakan peringatan bahaya bagi suatu bangsa yang sedang menegakkan demokrasi, mengingat posisi dan peran yang strategis dari Parpol itu sendiri. Dalam kondisi seperti ini apa yang harus segera dilakukan oleh Parpol untuk memulihkan citranya yang buruk di mata masyarakat?

Strategi Komunikasi Politik

Strategi dalam komuikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat tertentu tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik di masa yang akan datang. (Arifin 2003) Strategi pertama dalam komunikasi politik sebetulnya berkaitan dengan personaty individu, dengan personality uang bagus menjadikan individu

menjadi panutan atau tokoh. Akan tetapi ketokohan individu dalam strategi komunikasi politik tidaklah cukup, harus ditunjang dengan kelembagaan yang kuat dan besar.

Berkaitan dengan kebutuhan kelembagaan yang kuat dalam rangka menunjang ketokohan individu maka diperlukan strategi memantapkan lembaga dengan cara membesarkan lembaga, hal ini terutama yang berkaitan dengan kampanye dan pemberian suara dalam pemilu . ketokohan individu akan menjadi sangat efektif jika didukung oleh lembaga yang ternama dalam hal ini tentu partai politik.

Lembaga merupakan sebuah kekuatan yang sangat besar dalam proses komunikasi yang efektif, dimana lembaga menjadi wadah kerja sama dalam rangka mencapai tujuan, lembaga sendiri sebetulnya memiliki karakteristik seperti manusia yang meliputi eksistensi, kepribadian dan aktivitas (Arifin, 2003) dari ketiga aspek tadi lembaga akan dipersepsi oleh masyarakat mempunyai citra yang baik.

Citra lembaga dalam hal ini partai politik secara selektif akan memainkan peran penengah yang menterjemahkan aktifitas politik kedalam makna yang mudah difahami oleh masyarakat, masyarakat akan sangat menghargai lembaga atau partai politik yang dapat memperjuangkan kepentingan dan kebutuhannya, yang pada akhirnya kemampuan lembaga atau partai politik dalam memenuhi kepentingan dan kebutuhan masyarakat akan menjadi dasar lahirnya kredibilitas lembaga atau partai politik.

Kredibilitas lembaga partai politik akan menjadikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat, oleh karena itu membesarkan lembaga dalam hal ini partai politik akan sangat penting karena dengan kredibilitas yang tinggi lembaga yang dalam hal ini adalah partai politik akan mendapat simpati dari masyarakat terutama dalam pemberian suara dalam pemilihan umum.

Untuk itu sangat diperlukan pendekatan dan strategi untuk meningkatkan citra lembaga di benak dan hati masyarakat, salah satu yang bisa dilakukan lembaga untuk meningkatkan citra partai politik di Indonesia adalah dengan melakukan *media relations*.

Media Relations: Sebuah Strategi

Media relations (hubungan media) adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas (hubungan masyarakat) dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi, perusahaan yang bersangkutan (Jefkins : 2000)

Media relations merupakan salah satu strategi populer dari *public relations*. *Public relations* sendiri menurut Kleppner bukanlah sekedar bidang yang mengurus hubungan masyarakat tetapi lebih merupakan sikap (Susanto, 1977: 105). Dimana pelakunya harus jeli dan pandai melihat situasi sehingga mampu menentukan sikap yang bijak demi terciptanya citra positif dari suatu lembaga terutama partai politik .

Dengan begitu *media relations* yang merupakan strategi populer dari *public relations* adalah tidak sekedar memberikan informasi semata, tetapi menciptakan citra positif bagi lembaga yang bersangkutan. Semakin baik hubungan suatu lembaga dengan media massa, semakin baik pula citra lembaga tersebut. Tetapi bisa sebaliknya berapa lembaga yang dilanda konflik justru menutup diri dari media massa yang mengakibatkan citra buruk itu selamanya tertanam kuat di dalam benak masyarakat. Bagaimana citra Ajinomoto yang dinilai mengandung minyak babi, sekarang sudah dilupakan masyarakat. Semua itu karena ketepatan strategi *media relations*. Tanpa *media relations*, semua itu hanya “isapan jempol”.

Tetapi perlu diingat bahwa *media relations* bukanlah sekedar melakukan kegiatan, kemudian dibiarkan begitu saja. Tetapi *media relations* juga merupakan suatu perencanaan yang bertujuan mencapai target yang telah disepakati bersama. Tentunya perencanaan tersebut disusun secara sistematis dengan mengkaitkan banyak hal.

Tujuan *media relations* adalah membangun citra positif lembaga. Citra positif ini akan terbentuk jika dilakukan dengan suatu manajemen yang cerdas seperti tidak membohongi, membodohi, menggurui atau sekedar persuasi, lazimnya sebuah iklan. Akhir-akhir ini hampir iklan dimedia massa terutama di televisi tidak rasional dan tidak mendidik, misalnya bagaimana orang percaya kalau minum obat kuat kemudian langsung bisa mengangkat benda-benda berat diluar kekuatan manusia.

Banyak orang memahami bahwa *media relations* hanyalah monopoli perusahaan yang berorientasi pada profit semata, ini kurang benar karena *media relations* juga harus dilakukan oleh lembaga-lembaga politik khususnya partai politik. Alasannya partai politik adalah lembaga yang bertujuan menarik simpati dan perhatian masyarakat, bagaimana program-program partai diketahui dan diterima masyarakat luas, mana-mana program yang dijalankan demi membela kepentingan masyarakat, ini membutuhkan saluran untuk diketahui oleh massa, saluran itu tidak lain adalah media massa.

Persoalannya sekarang adalah mengapa Parpol memilih *media relations* dan tidak memilih iklan saja? Ada beberapa hal yang perlu diketahui, antara lain *pertama* mayoritas pemilih di Indonesia adalah pemilih tradisional, artinya mereka memilih Parpol bukan karena program yang ditawarkan akan tetapi lebih karena hubungan emosional seperti warga NU akan memilih parpol yang berafiliasi dengan NU, begitu juga warga Muhammadiyah akan memilih parpol yang berafiliasi dengan Muhammadiyah atau kepentingan tertentu dengan Parpol tersebut.

Sebagian besar pemilih bertempat tinggal di daerah pedesaan, pada sisi lain program Parpol seringkali tidak memiliki perbedaan yang substansial antara parpol yang satu dengan parpol Parpol lain sehingga masyarakat sulit untuk membedakan program-programnya. Lihat saja semua partai pasti memiliki program pemberantasan korupsi, penegakan hukum, menciptakan keadilan sosial dan mensejahterakan kehidupan bangsa. Cara-cara yang di pakai dalam iklan politik lebih mengedepankan keunggulan parpol yang memiliki basis massa tidak dengan menunjukkan aksi nyata dalam memperjuangkan kepentingan masyarakat luas.

Kedua, kualitas iklan semakin hari semakin tidak mendidik dan tidak rasional, seperti yang terjadi pada iklan obat-obatan, makanan, minum-minuman dan lain-lain. Kondisi ini bisa berdampak penilaian massa yang menganggap iklan suatu partai politik sama dengan produk obat-obatan, minum-minuman, dan makanan yang realitanya membohongi dan membodohi mereka, untuk itu diperlukan aksi nyata partai yang selalu bisa diketahui masyarakat yaitu dengan selalu menggandeng media massa sebagai saluran komunikasi politik untuk

menyebarkan luaskan peran dan fungsi nyata partai politik dalam menjalankan fungsinya.

Ketiga, biaya iklan yang lebih mahal dibandingkan dengan *media relations*.

Jika diamati secara seksama besarnya pengeluaran partai dalam Pemilu maupun pilkada serentak tidaklah sebanding dengan apa yang diharapkan. Itu bisa dilihat dari biaya yang dikeluarkan oleh partai politik melalui pasangan calon yang diusung nya seperti pada pilkada DKI Jakarta dimana pasangan calon yang kesemuanya diusung partai politik menghabiskan dana dari 53 milyar samapai denngan 67 milyar. Dari dana yang besar itu lebih dari setengahnya digunakan untuk iklan di media massa. Hal ini membuktikan besarnya dana yang diperlukan untuk biaya pencalonan dan tidak serta merta besarnya biaya menjadikan tingkat kepercayaan masyarakat menjadi tinggi yang dibuktikan dengan perolehan suara dari paslon.

Bayangkan kalau biaya sebesar itu dialokasikan untuk *media relations* tentunya sampai saat ini citra partai tersebut masih dikenang oleh rakyat dan sulit untuk dilupakan di benak massa. Kegiatan kampanye dengan biaya yang sangat besar seperti itu sekarang sudah dilupakan oleh massa, masyarakat lebih memilih paslon yang punya gaya kepemimpinan yang kuat dan personality yang tidak korup bukan pada visi dan misinya, bagi masyarakat sekarang ini pemimpin yang jujur lebih disukai untuk dipilih dan kurang memperhatikan partai pengusungnya.

Keempat, metode iklan terlalu mudah dibaca, karena sifatnya yang langsung, persuasif dan biasanya dilakukan berdekatan dengan waktu Pemilu. Massa akan menilai bahwa iklan yang dilakukan partai politik tidak lebih dari sekedar janji-janji bahkan omong kosong. Massa menganggap mereka hanya sebatas berbicara dan yang terjadi pada akhirnya mereka mengingkari dan melupakannya apa yang sudah dijanjikan dalam iklan politik dengan bahasa sederhana masyarakat parpol akan mendekati mereka dan berbicara dengan mereka hanya ketika menjelang pemilu atau pilkada saja. Dan pasca pemilu dan pilkada partai politik hanya menganggap masyarakat sudah mewakili kepentingannya kepada partai politik sehingga partai politik menjadi seenkanya dalam menjalankan peran dan fungsinya.

Berbeda ketika partai politik dalam menjalankan peran dan fungsinya disertai dengan *Media relations*, dimana sifatnya yang lebih mengedepankan aksi serta tidak langsung dalam melakukan persuasi kepada masyarakat. Implementasi peran dan fungsi dari partai politik akan di anggap oleh massa sebagai informasi yang benar. *Media relations* dengan demikian terasa lebih membekas dihati masyarakat daripada iklan.

Membangun citra Parpol bukanlah pekerjaan yang mudah, mengembalikan citra Parpol yang sudah ternodai jauh lebih sulit daripada sekedar membangun bahkan mendirikan partai politik sekalipun. Dan strategi komunikasi politik dengan menggunakan *Media relations* tentu membutuhkan waktu yang tidak singkat untuk mengembalikan citra partai politik.

Media relations dalam hal ini akan menemui hambatan dan tantangan bahkan kegagalan kalau tidak diikuti dengan konsistensi pelaksanaan peran dan fungsi dari partai politik itu sendiri. Sehingga masyarakat minimal akan mempersepsi partai politik melakukan aksi nyata dalam menjalankan peran dan fungsinya tidak sekedar menarik simpati.

Oleh karena itu kampanye bagi Parpol sudah merupakan cara yang basi bagi pemulihan citra Parpol. Parpol harus lebih kongkrit dalam melakukan kegiatan yang mencerminkan peran dan fungsinya, tidak hanya sekedar janji belaka, partai tidak sekedar menjadi partai Politik, tetapi kalau bisa menjadi partai sosial yang konsekuensinya parpol tidak hanya melakukan kegiatan yang bersifat politik saja tetapi juga kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial; seperti bakti sosial dan pengobatan gratis.

Dalam masyarakat yang sebagian besar tradisional, strategi *media relation* ini dirasa akan lebih membekas di hati masyarakat dibandingkan cara-cara persuasif dan iklan politik pada kampanye yang umumnya berupa janji-janji kosong.

Penutup

Berdasarkan uraian diatas adalah apa yang harus dilakukan Partai politik dalam upaya mengembalikan citranya yang sudah buruk di mata masyarakat. Parpol bisa menggunakan strategi *media relations*. Kasus kongkrit kesuksesan presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada pemilu

2004, serta mayoritas kemenangan kepala daerah oleh pasangan *incumbent* adalah bukti kemampuan untuk membangun citra positif di media massa.

Partai politik harus melakukan berbagai kegiatan antara lain: partai politik harus menjalin hubungan erat dengan media massa. Hubungan ini bisa dilakukan dengan mengundang orang-orang media massa menjadi narasumbernya dalam acara dialog, diskusi-diskusi, seminar dan lokakarya. Kemungkinan besar karena orang media yang diundang maka acara tersebut akan diberitakan atau di publikasikan oleh media tempat nara sumber tersebut bekerja.

Pada sisi lain Parpol harus menjalin hubungan baik dengan para wartawan yang ikut menentukan bagaimana berita-berita dibingkai. Hal Ini ditujukan untuk menimbulkan kesan bahwa Parpol yang bersangkutan aktif dan sungguh-sungguh melaksanakan dalam melaksanakan peran dan fungsi sosialisasi politik dan pendidikan politik bagi warga negara yang selama ini terabaikan

Partai politik harus sering melakukan kegiatan-kegiatan yang aktual tetapi kegiatan itu ditujukan untuk membela kepentingan masyarakat. Seperti sebagai advokasi terhadap warga masyarakat yang dianggap telah melakukan kesalahan. Advokasi dalam perbaikan jalan, advokasi konflik ganti rugi akibat pembangunan yang dilakukan pemerintah dan lain-lain.

Tentu kesemua aktivitas yang dilakukan partai politik tersebut dilakukan harus dengan cuma-cuma tanpa meminta imbalan sepeserpun. Kalau suatu kegiatan yang “kurang lazim” dilakukan oleh Parpol maka dengan sendirinya biasanya media massa akan meliputnya, dikarenakan juga media massa menyukai hal-hal atau fenomena yang tidak wajar seperti jika partai politik memerankan fungsi sosial dari pada fungsi politiknya.

Partai politik harus sering mengundang media massa, dimana Parpol tersebut melakukan kegiatan-kegiatan politik, terutama kegiatan yang terkait memperjuangkan kepentingan massa, seperti sikap Parpol yang menolak import beras, kenaikan BBM. Ini tentu persepsi awal partai dalam membangun citra positif bahwa partai tersebut telah berubah. partai politik harus membuat *press release* (siaran pers) yang

terkait dengan kebijakan yang diputuskan dan suatu yang ingin disampaikan pada masyarakat.

Langkah-langkah yang diambil Parpol diusahakan tidak “menyakiti” insan pers atau membuat pernyataan yang membuat jengkel wartawan, sebab ketika Parpol melakukan tindakan yang tidak benar maka dengan mudah berita itu akan diliput dan di publikasikan kepada masyarakat dan tentu hal ini akan sangat merugikan partai politik itu sendiri.

Daftar Rujukan

- Arifin, Anwar.2003, *komunikasi politik, paradigma- teori –aplikasi – Strategi dan komunikasi politik Indonesia*, balai pustaka, Jakarta
- Almond, Gabriel A. (ed). 1974. *Comparative Politic Today*. Aword View. Little Brown and Company, Boston.
- Budiarjo, Miriam. 2009.(ed) *Dasar Dasar Ilmu Politik*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Budiarjo, Miriam. 1981. (ed) *Partisipasi dan Partai Politik, Sebuah Bunga Rampai*, Gramedia, Jakarta.
- Gafar, Afan. 1988. *Partai Politik, Elit dan Massa dalam Pembangunan Nasional*, makalah yang dipresentasikan oleh PAU bagian study sosial UGM 10-11 Agustus, Yogyakarta.
- Jetkins, Frank. 2000. *Public Relations* (4th Edition) dalam Haris Munandar. Penerj. Jakarta : Erlangga.
- Mas’ud, Mukhtar dan Colin Mac Andrews (ed). 1978. *Perbandingan Sistem Politik*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Mas,ud , 2000. *Media relation*, makalah,dipresentasikan dalam seminar di lamongan pada tanggal 22 april.
- Nimmo, Dan,2000, *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*”, Rosda, Bandung

Nimmo, Dan, 2000 “*Komunikasi Politik, Khalayak dan Efect*”, Rosda, Bandung.

Nurudin (ed). 2006. *Kebijakan Elitis Politik Indonesia*. FISIP UMM dan Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Romli, Lili. 2003. *Potret Buram Partai Politik di Indonesia*. Dalam Lili Romli dan Mahrus Irsyam 2003 (ed) menggugat partai politik, Fisip UI, Jakarta.

Sukarna, 1979. *Sistem Politik*. Alumni : Bandung.

Susanto, Astrid S. 1997. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Bandung : Binacipta.

Utomo, Susilo. 2005 *Pilkada Langsung dan Kepemimpinan di Jawa tengah (Penelitian di Kota Semarang, Kabupaten Semarang, Rembang, dan Blora)*, makalah yang dipresentasikan kerjasama AIPI dengan Pemuda Batam 22-23 Maret.

Reregulasi Uu No 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran dalam Upaya Penguatan Komisi Penyiaran Indonesia

Oleh:

Muhamad Ali Shodikin

Email: alsho.unirow@gmail.com

Abstrak

Informasi, hiburan dan juga pendidikan yang sehat dan benar merupakan salah satu tujuan adanya lembaga penyiaran. Lembaga penyiaran dapat melakukan kegiatan penyiarannya dengan menayangkan program-program yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Program acara ataupun isi siaran yang disiarkan oleh lembaga penyiaran tentu saja harus diawasi melalui suatu lembaga yang bersifat mandiri dan mempunyai kewenangan untuk menjaga agar terselenggaranya suatu siaran yang mendidik dan memberikan manfaat kepada masyarakat. Adapun lembaga ini sudah dibentuk berdasarkan UU Penyiaran melalui Pasal 6 ayat (4) yang mengatakan bahwa untuk penyelenggaraan penyiaran, dibentuk komisi penyiaran. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dibentuk dengan sifat mandiri dan bertugas untuk mengatur hal-hal yang berkaitan dengan penyiaran. Pada Pasal 2 UU Penyiaran menegaskan penyiaran diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan UUD Tahun 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab. Oleh karena itu kegiatan penyiaran harus melihat cita-cita bangsa Indonesia yang terkandung didalam UUD Tahun 1945 dan sesuai dengan Pancasila. Pasal 3 UU Penyiaran menyebutkan bahwa Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Permasalahan utama dalam UU Penyiaran terkait dengan keberadaan KPI serta kewenangannya dalam melakukan kontrol terhadap penyelenggara penyiaran di Indonesia. Untuk itu Pemerintah perlu melakukan sebuah reregulasi UU No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dalam upaya penguatan komisi penyiaran Indonesia. Regulasi memegang peranan

sangat penting guna memperbaiki sebuah isi dari regulasi dengan tujuan penyempurnaan dan perbaikan dari adanya perubahan atas kondisi sosial politik. Regulasi penyiaran sebagai sesuatu yang dinilai baru di tengah kehidupan masyarakat Indonesia dianggap perlu mendapat pengawasan dan pembinaan agar kebebasan yang diberikan dapat menjadi kebebasan yang bertanggung jawab dan tidak lepas kendali. Untuk itulah pemerintah pada menetapkan suatu regulasi dan pedoman etika untuk mengontrol perilaku pers tanpa membatasi kebebasan mereka.

Kata Kunci: Reregulasi dan UU Penyiaran, KPI

Pendahuluan

Masyarakat Indonesia pada hari ini merupakan komunitas yang sangat haus akan informasi apa pun kalaulah tidak ingin dikatakan sebagai info *junkies*. Bergulirnya reformasi semenjak tahun 1998 mendorong bergeraknya bandul informasi ke arah kebebasan yang hampir tanpa kendali, dimana sebelumnya informasi menjadi barang yang mahal bahkan terkadang menjadi sesuatu yang tidak lazim. Dilakukannya beberapa kali perubahan atas Undang- Undang Dasar 1945 dan disahkannya Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia memberikan kontribusi bagi perlindungan hak-hak mendasar bagi warga masyarakat Indonesia. Pasal 28F dari Amandemen Kedua Undang-Undang Dasar 1945 memuat bahwa: "Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia."

Salah satu upaya untuk membentuk masyarakat demokratis secara lebih efektif adalah dibentuknya undang-undang berkaitan dengan media massa dan lembaga media/lembaga penyiaran. Seringkali ditemui bahwa suatu pemerintahan berusaha membangun sistem media yang efektif untuk mendorong demokrasi tanpa memahami berbagai aspek hukum yang mempengaruhi proses dimaksud.

Perlu dipahami terlebih dahulu untuk mengidentifikasi variabel-variabel proses hukum yang memberikan kontribusi terhadap lingkungan yang memungkinkan media mendorong tercapainya tujuan demokrasi.

Terdapat beberapa faktor yang mengindikasikan dimungkinkan atau tidaknya medi yang bebas dan independen dapat berkembang. Faktor-faktor dimaksud misalnya tingkat buta aksara, kepemimpinan politik, stabilitas, dan sifat lembaga yang memungkinkan dihasilkan dan didistribusikannya informasi.

Selain unsur-unsur pokok dimaksud di atas, maka perlu pula dilengkapi unsur penting lainnya yaitu sistem hukum. Sistem hukum yang terdiri dari instrumen peraturan perundang-undangan, lembaga hukum dan budaya hukum. Friedman mengemukakan bahwa Sistem Hukum mempunyai 3 (tiga) unsur, yaitu strukti hukum, substansi hukum, dan budaya hukum sebagaimana dimuat dalam Lawrence M. Friceman, (Wishnu Basuki, 2001:7-8). Dalam struktur hukum akan terlihat lembaga pembentuk hukum seperti pengadilan, dewan perwakilan rakyat, dan badan-badan administrasi substansi hukum adalah aturan, nama, dan pola perilaku nyata manusi yang berada dalam sistem itu; budaya hukum adalah sikap manusia terhadap hukum, kepercayaan, nilai, pemikiran, serta harapannya.

Untuk menggambarkan unsur-unsur sistem hukum tersebut, Friedman mengibaratkan struktur hukum sebagai mesin, substansi hukum adalah apa yang dihasilkan atau dikerjakan oleh mesin itu, sedangkan budaya hukum adalah apa saja dan siapa saja yang memutuskan untuk menghidupka dan mematikan mesin itu serta memutuskan bagaimana mesin itu digunakan. Sistem hukum bagi kegiatan media massa yang efektif harus mencakup pula kepemilikan media (media ownership) dan peran masyarakat madani (civil society). Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah melahirkan masyarakat informasi yang makin besar tuntutanannya akan hak untuk mengetahui dan hak untuk mendapatkan informasi. Informasi telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat dan telah menjadi komoditas penting dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tersebut telah membawa implikasi terhadap dunia penyiaran, termasuk penyiaran d Indonesia. Penyiaran sebagai penyalur informasi dan pembentuk pendapa umum, perannya makin sangat strategis, terutama dalam mengembangkai alam demokrasi di negara kita. Penyiaran telah menjadi salah satu saran,

berkomunikasi bagi masyarakat, lembaga penyiaran, dunia bisnis, dan pemerintah.

Perkembangan tersebut telah menyebabkan landasan hukum pengaturan penyiaran yang ada selama ini menjadi tidak memadai. Peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan sebagian tugas-tugas umum pemerintahan, khususnya di bidang penyelenggaraan penyiaran, tidaklah terlepas dari kaidah-kaidah umum penyelenggaraan telekomunikasi yang berlaku secara universal.

Regulasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pengaturan (<http://kbbi.web.id/regulasi> di undu 11/04/17). Regulasi di Indonesia diartikan sebagai sumber hukum formil berupa peraturan perundang-undangan yang memiliki beberapa unsur, yaitu merupakan suatu keputusan yang tertulis, dibentuk oleh lembaga negara atau pejabat yang berwenang, dan mengikat umum. Regulasi pada media adalah hal yang penting karena fungsinya untuk mengatur penyiaran.

Pada BAB XA Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dengan jelas mengatur Hak-hak Asasi Manusia, yaitu pada Pasal 28A sampai dengan Pasal 28 J . Namun hak-hak asasi manusia tersebut tetap harus diatur, dibatasi yang dituangkan dalam peraturan perundang-undangan (undang-undang). Oleh karenanya, para pemohon ada baiknya dalam melihat Pasal-pasal Hak Asasi Manusia pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 tidak melupakan pasal-pasal yang mendelegasikan/memerintahkan adanya peraturan dan pembatasan dari hak-hak asasi manusia dalam suatu undang-undang, yaitu:

1. Pasal 28 I ayat (5); "Untuk menegakkan dan melindungi hak asasi manusia sesuai dengan prinsip negara hukum yang demokratis, maka pelaksanaan hak asasi manusia dijamin, diatur, dan dituangkan dalam peraturan perundang-undangan";
2. Pasal 28J ayat (1): "Setiap orang wajib menghormati hak asasi manusia orang lain dalam tertib kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara";
3. Pasal 28 J ayat (2): "Dalam menjalankan hak dan kebebasannya, setiap orang wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan undang- undang dengan maksud semata-mata untuk menjamin

pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis".

Pengaturan atau pembatasan hak-hak asasi manusia dimaksudkan semata-mata untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis. Konstitusi Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berupa Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia.

Tahun 1945 telah dilakukan Amandemen sampai empat kali, tanggal 19 Oktober 1999, 18 Agustus 2000, 9 Nopember 2001, dan 10 Agustus 2002. Sehingga sudah semakin sempurna dan bahkan saat ini Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 tersebut masih dikaji lagi oleh Komisi Konstitusi. Dari hasil pembahasan amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 tersebut, tentunya telah mengakomodir keinginan rakyat termasuk hak-hak asasi manusia yang tertuang dalam Pasal 28, sehingga dengan ditetapkan perubahan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sampai amandemen keempat tersebut, kita tidak perlu melihat konstitusi dari negara lain, kita tetap mengacu pada konstitusi dan peraturan perundang-undangan yang telah ada.

Kemerdekaan menyatakan pendapat, menyampaikan, dan memperoleh informasi, bersumber dari kedaulatan rakyat dan merupakan hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara yang demokratis. Dengan demikian, kemerdekaan atau kebebasan dalam Penyiaran harus dijamin oleh negara. Dalam kaitan ini, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengakui, menjamin, dan melindungi hal tersebut. Namun, sesuai dengan cita-cita Proklamasi Kemerdekaan Indonesia, maka kemerdekaan tersebut harus bermanfaat bagi upaya bangsa Indonesia dalam menjaga integrasi nasional, menegakkan nilai-nilai agama, kebenaran, keadilan, moral, dan tata susila, serta memajukan kesejahteraan umum, dan mencerdaskan kehidupan bangsa, Dalam hal ini, kebebasan harus dilaksanakan secara bertanggung jawab selaras dan seimbang antara

kebebasan dan kesetaraan menggunakan hak berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pada awalnya, peraturan perundang-undangan di bidang penyiaran mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 1970 tentang Radic Siaran Non Pemerintah dan Surat Keputusan Menteri Penerangan Nomo 111 /KEP/MENPEN/1990 tentang Penyiaran Televisi di Indonesia, namur dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi kemudian lahi Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran yang mengalam dua kali proses pembahasan di DPR-RI. Undang-Undang Nomor 24 Tahur 1997 dianggap sangat represif pada masa orde baru sehingga belum sempa dikeluarkan peraturan pelaksanaan berupa Peraturan Pemerintah.

Adanya kevakuman hukum di bidang penyiaran ini telah dimanfaatkan masyaraka Penyiaran sehingga timbulnya radio siaran swasta yang tidak mempunyai izin dan timbulnya Televisi Swasta Lokal yang sampai sekarang belum mempunyai izin penyelenggaraan penyiaran, sehingga timbul tayangan- tayangan TV dan siaran radio yang tidak terkontrol yang menimbulkan reaksi dari masyarakat. Dari keadaan dan situasi tersebut, DPR-RI melalui usul inisiatifnya telah mengusulkan perubahan dan penggantian Undang-Undang Penyiaran, dan melalui proses yang panjang sejak tahun 2000, dan baik sebelum pembahasan maupun pada masa pembahasan di DPR-RI Pemerintah dan DPR selalu meluangkan waktu untuk menerima masukan dari masyarakat khususnya masyarakat Penyiaran, sehingga baru pada tanggal 28 November 2002 Undang-Undang Penyiaran disetujui di DPR- RI untuk kemudian diundangkan pada tanggal 28 Desember 2002.

Menurut Undang-undang No.32 tahun 2002, bahwa lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, dan ekonomi, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat sosial. Selain itu juga dituliskan bahwa siaran yang dipancarkan dan diterima secara bersamaan, serentak dan bebas, memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku khalayak, maka penyelenggara penyiaran wajib bertanggung jawab dalam menjaga nilai moral, tata susila, budaya, kepribadian dan kesatuan bangsa yang

berlandaskan kepada Ketuhanan Yang Maha Esa dan Kemanusiaan yang Adil dan Beradab. Dari bunyi pasal-pasal tersebut jelas bahwa media penyiaran memang memiliki fungsi yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat serta memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi mindset masyarakat dari tayangannya, maka dari itu media penyiaran harus diatur oleh regulasi yang berfungsi untuk membatasi atau mengatur isi dari tayangannya agar tidak menyimpang dari Undang-undang.

Pembahasan

Paska di sahkan UU Penyiaran sempat menjadi perbincangan pada saat itu, hal ini dikarenakan UU Penyiaran tidak ditandatangani oleh Presiden. Tidak ditandatanganinya UU Penyiaran, dikarenakan adanya argumentasi dari Presiden bahwa masih banyaknya substansi yang terdapat dalam UU Penyiaran yang belum disetujui oleh Pemerintah. Saat itu Presiden Megawati Soekarno Putri tidak menandatangani UU Penyiaran sebagai Undang-Undang. Akan tetapi Pasal 20 ayat (5) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD Tahun 1945) mengatakan bahwa dalam hal Rancangan Undang-Undang yang telah disetujui bersama antara DPR RI dengan Presiden tidak disahkan oleh Presiden dalam waktu tiga puluh hari semenjak Rancangan Undang-Undang tersebut disetujui, Rancangan Undang-Undang tersebut sah menjadi Undang-Undang dan wajib diundangkan. Oleh karena itu UU Penyiaran sah diundangkan pada tanggal 28 Desember 2002.

Substansi terkait keberadaan KPI dan juga kewenangan pemerintah dalam pemberian izin penyelenggaraan penyiaran menjadi persoalan baru. Pembentukan lembaga baru ini menurut pemerintah akan menimbulkan pro kontra dari masyarakat terkait dengan kebebasan berpendapat. Pemerintah juga berpendapat bahwa izin penyelenggaraan penyiaran seharusnya berada dalam wilayah Pemerintah yang dalam hal ini yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika. Argumentasi Pemerintah yaitu frekuensi merupakan kekayaan negara yang harus dikelola oleh negara untuk kemakmuran rakyat. Selain itu terdapat banyak masyarakat menilai bahwa Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran masih belum mendukung reformasi dan mengekang kebebasan pers.

UU Penyiaran mempunyai semangat yang berbeda dengan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997. Adapun perbedaan semangat tersebut dapat dilihat pada Pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran yang menyebutkan bahwa penyiaran dikuasai oleh negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa pada saat itu media penyiaran digunakan untuk kepentingan pemerintah. Dengan adanya UU Penyiaran pada tahun 2002 terlihat bahwa proses demokratisasi di Indonesia menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama penyelenggara penyiaran.

Sejak diundangkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, masih banyak ditemukan permasalahan. Penerapan substansi dalam UU Penyiaran belum dapat dilaksanakan dengan maksimal. Selain itu terdapat beberapa penafsiran yang berbeda dalam UU Penyiaran, sehingga belum dapat dijalankannya perintah dalam UU Penyiaran. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia bersama-sama dengan Pemerintah telah membentuk Program legislasi. Untuk itu diperlukan sebuah Reregulasi terhadap permasalahan tersebut.

Pemerintah dan juga Dewan Perwakilan rakyat pada dasarnya mampu melakukan perbaikan atas kelemahan regulasi yang telah di buat. Pembuatan regulasi baru atau re-regulasi undang-undang penyiaran merupakan jalan yang terbaik.

Marilah lihat sudah atau belum regulasi penyiaran mengakomodir kepentingan nasional serta memberikan jaminan kepastian atas kedudukan dan independensi kelembagan dari Komisi Penyiaran Indonesia. Jika ternyata belum, kita lihat lagi apa yang membuat mereka belum mau, memperbaikinya.

Hal lain yang harus dilakukan, adalah penyesuaian sistem peniaran dengan sistem kelembagan KPI. Sistem ini seharusnya dijadikan landasan bagi Indonesia dalam menyesuaikan kedua sistem tersebut. Deregulasi atau penghapusan aturan bukan jalan yang baik jika terjadi sebuah masalah didalam sebuah balied/kebijakan, sebab masih ada jalan yakni dengan melakukan reregulasi, hal ini di dasarkan bahawa tidak semua peraturan itu buruk. Sama juga, tidak semua yang tidak menggunakan peraturan itu baik. Bisa jadi malah timbul kekacauan ketika tidak ada aturan.

Reregulasi UU Penyiaran Pasca diundangkan

Pasca di sahkanya UU Penyiaran, dinamika atas UU ini patut untuk di dikajih. Persoalan mulai dari kewajiban Lembaga Penyiaran melakukan sistem siaran berjaringan, kemunculan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), aturan pembatasan kepemilikan silang media, dan lain-lain. Kini hampir 15 tahun setelah UU Penyiaran disahkan, upaya revisi yang tidak kunjung selesai menunjukkan warisan yang baik dari UU Penyiaran 2002 makin lama makin ditinggalkan.

Proses reregulasi UU Penyiaran setelah beberapa kali juga diajukan gugatan ke Mahkamah Konstitusi (MK) yang sudah dimulai sejak 2010, menunjukkan gejala bahwa revisi kali ini meninggalkan prinsip penataan terhadap sistem penyiaran yang adil, merata, dan seimbang. Masalah krusial dalam draf RUU Penyiaran terkait sistem siaran berjaringan, kewenangan pemerintah, posisi KPI, pengaturan soal kepemilikan silang, porsi iklan, dan jenis lembaga penyiaran yang ada.

Des Freedman, pengajar komunikasi dan studi kebudayaan di Goldsmiths, University of London, mengatakan, kebijakan media merujuk pada proses yang terbebas dari berbagai kepentingan di mana aneka permasalahan diselesaikan untuk menjunjung kepentingan publik lewat mekanisme tertentu yang imparisial (tak bias, tak memihak) untuk mengubah situasi (*The Politics of Media Policy*, 2008). Dalam pengertian Freedman, proses pembuatan kebijakan lebih dilihat sebagai prosedur teknis di mana perubahan kebijakan muncul sebagai respons terhadap perkembangan teknologi, yang membutuhkan suatu reformulasi baru dari pendekatan yang telah ada dan cara baru untuk melakukan sesuatu.

Freedman mengutip Harold Lasswell menjelaskan bagaimana suatu kebijakan itu dirumuskan. "Perkembangan dan implementasi kebijakan akan berjalan sangat baik jika mereka dilaksanakan dalam situasi di mana semua pihak sadar, tetapi juga tidak memihak dengan menggunakan obyektivitas yang penuh kesadaran dan kemampuan teknis yang maksimal".

Muatan draf UU Penyiaran

Sejumlah persoalan yang muncul dalam draf revisi UU Penyiaran, seperti kaburnya pasal yang membatasi masalah kepemilikan silang

media, hal yang sebenarnya sudah disebutkan dalam UU Penyiaran 2002. Tak cukup jelas mengapa pasal ini dihilangkan meski dalam rancangan penjelasan dari RUU ini disebutkan, Pengaturan penyelenggaraan penyiaran dalam praktiknya harus selalu berdasarkan prinsip (*diversity of content dan diversity of ownership*), tetapi senyatanya ini tak terumuskan dalam pasal yang ada di RUU.

Kewenangan pemerintah dan KPI sangat timpang dalam RUU ini. Kewenangan pemerintah mencakup enam hal (Pasal 9 Ayat 1): menentukan arah kebijakan sistem penyiaran nasional, menetapkan pemetaan penggunaan frekuensi penyiaran di tiap wilayah siar secara berkala, memberikan dan mengawasi izin penyelenggaraan penyiaran (IPP), memberikan perpanjangan IPP, menetapkan biaya hak penggunaan frekuensi, serta memberikan sanksi terkait penggunaan IPP.

Sementara kewenangan KPI hanya menyangkut (Pasal 9 Ayat 2): memberikan penilaian terhadap isi siaran dalam proses uji coba untuk pemberian IPP dan memberikan evaluasi yang dijadikan dasar perpanjangan IPP Kondisi ini berbeda sekali dengan isi UU Penyiaran 2002 (sebelum dipereteli lewat keputusan MK atas permintaan dari pihak industri penyiaran) yang menyebutkan kewenangan KPI mencakup (Pasal 8): menetapkan standar program siaran, menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran, mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran, memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan, melakukan koordinasi dan/atau kerja sama dengan pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat.

Permasalahan yang patut dicermati pada upaya reregulasi UU Penyiaran terdapat sebuah upaya pemerintah mengurangi peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Peran dominan penyiaran akan dipegang pemerintah. KPI menjadi sekedar lembaga pengawas isi siaran dan menjadikan pemerintah sebagai regulator utama dunia penyiaran. Seharusnya dalam upaya reregulasi yang baru, pemerintah memperkuat kelembangan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga yang dipercaya mengawasi penyiaran di Indonesia. Pasalnya, KPI selama ini kurang memiliki power sebagai satu-satunya lembaga pengawas penyiaran dan UU Penyiaran. KPI sebagai yang ditugaskan negara mengawasi siaran-siaran lembaga penyiaran harus betul-betul memiliki

power yang kuat sehingga sanksi atau pelanggaran atas dilakukan pelanggaran bisa mendapatkan sanksi yang tegas.

Sistem siaran berjaringan yang sudah disebutkan dari UU Penyiaran 2002 tak ada tanda-tanda diperkuat dan memberikan peluang kepada stasiun televisi daerah untuk turut memberi warna pada sistem penyiaran nasional, apalagi dalam draf RUU saat ini sistem siaran berjaringan menjadi suatu pilihan yang tergantung dari lembaga penyiaran itu sendiri. Berarti prinsip *diversity of content dan diversity of ownership* pun setengah hati untuk diwujudkan.

Draf RUU yang ada, disebutkan pada Pasal 147 bahwa : Waktu siaran iklan spot paling tinggi 30 persen dari setiap waktu tayang program”. Ini artinya naik dari pengaturan yang telah ada selama ini, yaitu : waktu siaran iklan niaga untuk lembaga penyiaran swasta paling banyak 20 persen, sedangkan untuk lembaga penyiaran publik paling banyak 15 persen dari seluruh waktu siaran (Pasal 46 Ayat 9 UU Penyiaran 2002). Selain itu, pasal 150 menerangkan jumlah iklan yang bisa ditayangkan dalam sebuah program mencapai 40 persen dari jam siar. Sebelumnya, porsi iklan hanya 20 persen dari jam siar. Revisi UU Penyiaran juga mengizinkan penyiaran iklan rokok. Padahal adanya kontradiksi dalam ketentuan tersebut yang menyatakan adanya larangan iklan zat adiktif, ini merupakan salah satu contoh ketidakjelasan pemerintah dalam upaya menekan jumlah pungenan zat adiktif. Naiknya target iklan ini menunjukkan lembaga penyiaran mengedepankan unsur komersialisasi dari isi siaran. Ini pun baru menyebutkan iklan spot, belum menyebut jenis iklan dan sponsorship jenis lain yang dalam praktiknya sudah banyak dijalankan oleh lembaga penyiaran saat ini.

Munculnya konsep lembaga penyiaran khusus (Bagian enam, Pasal 103-104). Disebutkan dalam Pasal 103 Ayat 1 bahwa lembaga penyiaran khusus merupakan lembaga penyiaran yang bersifat tak komersial didirikan dan dimiliki oleh lembaga negara, kementerian/lembaga, partai politik, atau pemerintah daerah yang kegiatannya menyelenggarakan penyiaran radio dan/atau penyiaran televisi, bagi penulis adanya gagasan lembaga baru dalam draf ini, menjadikan peran KPI menjadi bias, apa lagi lembaga penyiaran memberikan ruang kepada parpol untuk juga masuk di lembaga penyiaran. Jika munculnya lembaga penyiaran khusus,

terutama bagi parpol, diizinkan bukankah hal ini telah menyalahi prinsip dari imparialitas lembaga penyiaran.

Bagaimanapun hal yang mendesak dan penting dari RUU ini adalah persiapan menjelang digitalisasi penyiaran dan menuju akhir dari sistem penyiaran analog. Proses pembagian penyelenggara siaran multipleksing haruslah transparan, persaingan usaha yang sehat, diversity of ownership dan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik. Di luar itu, prinsip demokratisasi penyiaran yang akuntabel, melindungi kepentingan publik, mempertahankan prinsip diversity of content dan diversity of ownership adalah keharusan.

Menganalisis secara kritis mengenai permasalahan pertama didalam penelitian ini, akan diketangahkan pula teori kepastian hukum sebagai landasan pijakan analisis, disamping teori keadilan hukum dan keadilan sosial. Aristoteles dalam bukunya *Rhetorica* menjelaskan bahwa tujuan hukum adalah menghendaki keadilan semata-mata dan isi (materi muatan) hukum ditentukan oleh kesadaran etis mengenai apa yang dikatakan adil dan apa yang dikatakan tidak adil. Menurut teori ini, hukum mempunyai tugas suci dan luhur, yakni keadilan dengan memberikan kepada tiap-tiap orang, apa yang hendak diterima, serta memerlukan peraturan tersendiri bagi tiap-tiap kasus. Untuk terlaksananya hal tersebut, maka menurut teori ini hukum harus membuat apa yang dinamakan *olgemene regels* (peraturan/ketentuan umum); dimana peraturan/ketentuan diperlukan masyarakat demi kepastian hukum. (Satjipto Rahardjo, 2000: 24)

Kehendak dari pembuat undang-undang salah satunya menjamin adanya kepastian hukum, untuk itu RUU Penyian yang sedang di bahas di DPR masih belum final, sebab aspek yang ingin dicapai belum terakomodir, baiak itu kepentingan dari masyarakat, lembaga penyiaran, serta dari pemerintah. Kepastian hukum merupakan pertanyaan yang hanya bisa dijawab secara normatif, bukan sosiologi. Kepastian hukum secara normatif adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas dalam artian tidak menimbulkan keragu-raguan (multi-tafsir), dan logis dalam artian ia menjadi suatu sistem norma dengan norma lain sehingga tidak berbenturan atau menimbulkan konflik norma.

Konflik norma yang ditimbulkan dari ketidakpastian aturan dapat berbentuk konsestasi norma, reduksi norma atau distorsi norma. Kepastian hukum menunjuk kepada pemberlakuan hukum yang jelas, tetap, konsisten dan konsekuen yang pelaksanaannya tidak dapat dipengaruhi oleh keadaan-keadaan yang sifatnya subjektif.

Pembentukan suatu undang-undang didalam suatu Negara diharapkan dapat menjadikan masyarakat dijamin kehidupannya dan juga masyarakat menjadi sejahtera dengan asas berkeadilan. Masyarakat yang akan membaca dan menganut suatu peraturan tidak lagi menjadikan suatu peraturan itu adalah sesuatu alat untuk mengekang kebebasan dari masyarakat itu sendiri. Suatu peraturan dibuat agar masyarakat dapat bahagia. Suatu produk hukum harus mencerminkan rasa keadilan dan memenuhi harapan masyarakat. Dalam proses pembuatannya memberikan peranan besar dan pratisipasi kelompok sosial atau individu didalam masyarakat. (Moh. Mahfud M.D., 2010:25)

Paradigma positivistik bahwa sistem hukum tidak diadakan untuk memberikan keadilan bagi masyarakat, melainkan hanya sekedar melindungi kemerdekaan individu. Kemerdekaan individu tersebut senjata utamanya adalah kepastian hukum. Paradigma positivistik berpandangan, demi kepastian hukum maka keadilan dan kemanfaatan boleh dikorbankan. Pandangan positivistik yang telah mereduksi hukum sehingga telah menjadi sesuatu yang sederhana, linear, mekanistik dan deterministik. Maka apabila dilihat lagi hukum tidak lagi sebagai pranata manusia melainkan hanya sekedar media profesi (Friedman, 2006:59).

Hukum represif sebagai hukum yang digunakan untuk melakukan pemaksaan kepada masyarakat saat ini sudah kurang tepat berlaku di Indonesia. Pemaksaan terhadap suatu aturan akan mengakibatkan adanya gejolak yang berkembang dalam masyarakat khususnya di Indonesia. Sedangkan otonom dapat digunakan di Indonesia dalam rangka reformasi, dimana hukum digunakan untuk menegakkan keadilan secara independen dan tidak dapat di intervensi oleh siapapun.

Hukum responsif di Indonesia saat ini sedang berkembang, dimana hukum berkembang sesuai dengan keadaan atau kondisi masyarakat. Hukum responsif ini merupakan hukum yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat yang diturunkan dalam peraturan perundang- undangan. Hukum responsif dapat cepat dengan berkembang

dalam masyarakat di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan adanya berbagai respon dari masyarakat terhadap produk peraturan perundang-undangan yang sudah keluar atau yang akan dikeluarkan.

Nilai kepastian hukum jika terlalu dominan, akan menggeser nilai-nilai keadilan dan kemanfaatannya. Karena yang paling terpenting pada nilai kepastian itu adalah peraturan-peraturan perundang-undangan itu sendiri. Apakah peraturan itu telah memenuhi rasa keadilan dan bermanfaat bagi masyarakat adalah di luar pengutamaan nilai kepastian hukum. Begitu juga jika kita lebih cenderung berpegang kepada nilai kemanfaatan saja, maka sebagai nilai dia akan menggeser nilai kepastian hukum maupun nilai keadilan, karena yang penting bagi nilai kemanfaatan adalah kenyataan apakah hukum tersebut bermanfaat atau berguna bagi masyarakat.

Dalam prakteknya, apabila kepastian hukum dikaitkan dengan keadilan hukum, maka akan kerap kali tidak sejalan satu sama lain. Hal ini dikarenakan seringnya kepastian hukum mengabaikan prinsip-prinsip keadilan hukum, sehingga akan lebih baik lagi apabila keadilan hukum juga sering mengabaikan prinsip-prinsip kepastian hukum. Apabila dalam prakteknya terjadi pertentangan antara kepastian hukum dan keadilan hukum, maka keadilan hukum yang harus diutamakan. Alasannya, karena keadilan hukum pada umumnya lahir dari hati nurani pemberi keadilan, sedangkan kepastian hukum lahir dari suatu yang kongkrit.

Kesimpulan

Dinamika perkembangan penyiaran, bergerak begitu cepat mengiringi kemajuan teknologi, atas kondisi tersebut mendorong pemerintah untuk segera melakukan reregulasi atas UU Penyiaran yang merupakan produk lama yakni dibuat pada tahun 2002. Masih sangat banyak hal-hal yang belum dipayungi kegiatan-kegiatan penyiaran sehingga revisi UU Penyiaran menjadi sebuah kebutuhan dan keharusan yang mendesak.

UU Penyiaran sebagai dasar hukum bagi lembaga penyiaran dan regulator penyiaran dalam melakukan kegiatannya tidak lagi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Berbagai substansi dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran tidak lagi dapat

memberikan kepastian hukum bagi para stakeholders. UU Penyiaran memiliki beberapa kelemahan, yaitu terkait dengan adanya upaya untuk melemahkan kewenangan KPI, tidak dilakukannya sistem siaran jaringan, status kelembagaan LPP yang tidak jelas, lemahnya eksistensi LPK dan masih banyaknya kepemilikan LPS yang didominasi oleh beberapa orang saja.

Kelemahan-kelemahan dalam UU Penyiaran perlu diperbaiki. Oleh karena itu perlu adanya perubahan dalam UU Penyiaran. Adapun perubahan ini untuk memberikan kepastian hukum bagi para penyelenggara penyiaran dalam melakukan kegiatannya. Kepastian hukum ini juga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dimana adanya perlindungan bagi masyarakat untuk mendengar dan melihat isi siaran. Beberapa perubahan yang perlu dilakukan dan masuk kedalam RUU Penyiaran yaitu terkait dengan penguatan KPI, kepastian dalam sistem penyiaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran, penguatan dan kejelasan status kelembagaan LPP, penguatan LPK, dan pembatasan kepemilikan LPS.

Perubahan UU Penyiaran dilakukan dengan mengganti Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menjadi Undang-Undang tentang Penyiaran yang baru. Adapun perubahan mendasar yang perlu dilakukan dalam RUU Penyiaran yaitu adanya penguatan kelembagaan KPI sebagai regulator penyiaran dengan merubah kembali struktur organisasi KPI dan juga memberikan kewenangan KPI dalam pemberian sanksi administratif.

Memang tak bisa dipungkiri bahwa sebuah Undang-Undang atau peraturan lain, kapanpun dan dimanapun akan selalu memunculkan pro dan kontra. Masing-masing individu selalu yakin bahwa pendapatnya yang paling benar. Sebuah aturan atau hukum tentu juga tidak akan berdiri tegak apabila tidak ada sanksi yang tegas, kuat dan nyata. Kalau UU Penyiaran sudah diberlakukan, maka sanksi yang sudah diatur perlu tetap dilaksanakan. Kalaupun UU tersebut tidak memuaskan, suatu saat nanti bisa diusulkan perubahannya. Undang-Undang bukanlah aturan yang sempurna karena juga buatan manusia tetapi ini bukan berarti masing-masing pihak menjadi bebas dari jerat hukum dan peraturan yang sudah disepakat

Daftar Rujukan

Buku

- Doyle, Gillian, 2002. *Media Ownership*, Jakarta: Sage Press,
- Danrivanto Budhijato, 2013. *Hukum Telekomunikasih, Penyiaran dan Teknologi Informasi*. Bandung: Refika Aditama,
- Judhariksawan, 2010. *Hukum Penyiaran*, Jakarta : Rajagrafindo Persada,
- L. Tanya, Bernard dkk., 2010. *Teori Hukum: Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, Yogyakarta: Genta L. Tanya,
- Masduki, 2007. *Regulasi Penyiaran Dari Otoriter Ke Liberal*, Yogyakarta : LKIS,
- Moh. Mahfud M.D., 2010. *Politik Hukum di Indonesia*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,
- Nonet, Philippe dan Philip Selznick, 2003. *Hukum Responsif*, Jakarta: Perkumpulan Huntuk Pembaharuan Hukum Berbasis Masyarakat dan Ekologis,
- Rasjidi, Lili, 2002. *Pengantar Filsafat Hukum*, Bandung: Mandar Maju,
- Rianto, Puji, dkk, 2012. *Dominasi TV Swasta (Nasional): Tergerusnya Keberagaman Isi dan Kepemilikan*, Yogyakarta: prmedia,
- Santosa, Teguh, dkk, 2009. *Komisi I, Senjata-Satelit- Diplomasi*, Jakarta: Suara Harapan Bangsa,
- Shidarta, 2006. *Karakteristik Penalaran Hukum Dalam Konteks Ke-Indonesiaan*, Jakarta: CV Utomo, Jakarta,
- W. Friedman. 2006. *Teori dan Filsafat Hukum. Telaah Kritis atas Teori-teori Hukum*. Jakarta Utara: PT. Raja Grafindo

Jurnal

Djuarsa Sendjaja, Sasa, Badan Hukum TVRI dan RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik dalam Jurnal Bisnis dan Birokrasi, No. 02/vol.XIV/Mei/2006.

Denico Doly, Urgensi Perubahan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Jurnal Negara Hukum: Vol. 4, No. 2, November 2013

Peraturan Perundang-Undangan

Indonesia, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Indonesia, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Lembaran Negara Tahun 2002 Nomor 139, tambahan Lembaran Negara Nomor 4252.

Indonesia, Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 72, tambahan Lembaran Negara Nomor 3701.

Indonesia, Rencana Undang-Undang Revisi Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Lembaran Negara Tahun 2017



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
Universitas PGRI Ronggolawe (Unirow) Tuban
Jalan Manunggal 61 Tuban

ISBN 978-602-61679-03

