

ISBN: 978-602-60465-0-5

PROSIDING

Seminar Nasional

*Komunikasi Publik Dan
Dinamika Masyarakat
Lokal*

BUKU A



MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS LAMPUNG
NOVEMBER 2016

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL
KOMUNIKASI PUBLIK DAN DINAMIKA MASYARAKAT LOKAL
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS LAMPUNG
NOVEMBER 2016**

REVIEWER:

Prof. Dr. Ibnu Hamad
Prof. Dr. Karomani
Dr. Tina Kartika
Dr. Hasan Basri

EDITOR:

Dr. Abdul Firman Ashaf
Dr. Andy Corry Wardhani

Magister Ilmu Komunikasi Universitas Lampung
Cetakan Pertama: November 2016

ISBN: 978-602-60465-0-5

Penerbit

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS LAMPUNG**

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No. 1
Bandar Lampung, 35145
Email: mikom@unila.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat NYA sehingga buku prosiding Seminar Nasional Komunikasi Publik dan Dinamika Masyarakat Lokal yang diterbitkan oleh Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung ini dapat terwujud. Seminar nasional yang diselenggarakan tanggal 16 November 2016 ini, memuat berbagai isu yang dimuat dalam tema komunikasi publik dan kearifan lokal, komunikasi politik dan pemerintahan, *new media* dan masyarakat lokal, komunikasi bisnis dan *public relations*, komunikasi dan resolusi konflik, komunikasi dan pariwisata. Peserta beragam dari berbagai daerah di Indonesia. Pada kesempatan ini, kami menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Lampung Prof. Dr. Hasriadi Mat Akin yang telah memfasilitasi kegiatan seminar nasional ini.
2. Dekan FISIP Universitas Lampung Dr. Syarief Makya, M.Si. yang telah menyumbangkan pemikirannya agar terselenggaranya seminar nasional yang berkualitas.
3. Bapak/Ibu dan mahasiswa yang menjadi panitia seminar yang telah meluangkan waktu tenaga dan pemikirannya untuk kegiatan ini.
4. Bapak/ibu penulis artikel dalam prosiding ini yang pemikirannya telah memberikan kontribusi untuk kemajuan masyarakat dan ilmu pengetahuan.

Semoga buku prosiding ini dapat memberi manfaat bagi kita semua untuk kemajuan masyarakat dan kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan, selain itu dapat menjadi referensi bagi upaya pembangunan bangsa. Mohon maaf jika ada hal yang kurang berkenan. Saran dan kritik tetap kami tunggu untuk kesempurnaan buku prosiding ini. Terima kasih.

Bandar Lampung, 7 November 2016
Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
FISIP Universitas Lampung

Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.
NIP. 196207161988031001

DAFTAR ISI

Implementasi Kearifan Lokal dalam Perilaku Komunikasi Antar Budaya Studi Kasus Perilaku Komunikasi Etnik Pendatang Dan Penduduk Lokal Di Kecamatan Way Panji Penduduk Lokal Selatan Ibrahim Besar	1
Eksistensi “Jaseng” (Bahasa Jawa Serang) Sebagai Upaya Pemertahanan Bahasa Dalam Program Sudut Kelas di Radio Kampus Tirta FM Ronny Yudhi Septa Priana	10
Pemuda Dan Jawara Dalam Politik Banten Ari Pandu Witantra, Andin Nesia	18
Kebijakan Lembaga Penyiaran Lokal Jawa Barat dalam Pengelolaan Program Siaran Pemilihan Gubernur Tahun 2013 Dadang Rahmat Hidayat, Henny Sri Mulyani R, Achmad Abdul Basith	27
Pengabaian Isu Kesehatan Jiwa Dalam Pemberitaan Kasus-Kasus Nabi Baru Di Indonesia (Studi Kasus Intrinsik Pemberitaan Nabi Baru Di Media Massa Dalam Jaringan Di Indonesia) Herlina Agustin, Dadang Rahmat Hidayat	37
Komunikasi Politik Dan Jajak Pendapat Dalam Pemilihan Kepala Daerah Eko Harry Susanto	46
Tradisi Minum Jamu: Konsep Komunikasi Kesehatan Dari Generasi Ke Generasi Study Masyarakat Di Indonesia Tina Kartika	56
Konstruksi Makna Narsistik Dalam Media Sosial (Analisis Fenomenologi Dan Deskripsi Dalam Ruang Virtual Pengguna Path) Atwar Bajari	69
Pola Retorika Ridwan Kamil Dalam Twitter Hj. Kismiyati El Karimah, Rumawan Erlandia, Talitha Nindia Rahma	78
Persepsi Masyarakat Mengenai <i>Culture Diversity Literacy</i> Di Kasepuhan Sinar Resmi Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi Agus Rusmana, Ute Lies Siti Khadijah, Edwin Rizal, Rully Khairul Anwar	94

Komunikasi Pemasaran Politik Dan Pengaruhnya Terhadap Seleksi Calon Pemimpin Pada Partai Politik (Survei Penelitian Pada Pdip Kab. Pandeglang – Lebak Provinsi Banten)	
Ikhsan Ahmad, Rangga Galura Gumelar, Iman Mukhroman	101
Komunikasi Publik Melalui Pemberdayaan Masyarakat dan Keluarga Dalam Penanganan <i>Human Trafficking</i> di Kabupaten Indramayu	
Slamet Mulyana, Leili Kurnia Gustini.....	112
Dramaturgis Komunikasi Politik Persatuan Islam (Persis)	
Iwan Koswara, Ilham Gemiharto.....	123
Peningkatan Partisipasi Masyarakat Perdesaan Melalui Pendekatan Organisasi Masyarakat Setempat	
Agus Setiawan, Slamet Mulyana, Betty Tresnawaty	130
Resolusi Konflik Dan Profesi Mediator	
Agustrijanto.....	143
Analisis Isi Berita Pernyataan Kontroversial Gubernur Basuki Cahaya Purnama Tentang Isu Penistaan Agama Pada Media Online	
Darwis Sagita.....	155
Komunikasi Dan Kearifan Lokal: Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Realitas Warga Penganut Aliran Islam Aboge (Alif Rebo Wage) Di Desa Sidareja Banjarnegara – Jawa Tengah	
Pramono Benyamin, Iwan Koswara	166
Kekuatan Nilai Kearifan Lokal Sebagai Media Persuasif Dalam Meredam Konflik Isu Sara Pada Pilkada Tahun 2017	
Sri Pratiwi.....	179
Komunikasi Dan Toleransi Antara Pengelola Pura Parahyangan Agung Jagatkkarta Yang Beragama Hindu Dengan Pekerja Dan Masyarakat Sekitar Yang Beragama Islam	
Siti Karlinah & Wawan Setiawan	188
Strategi Meningkatkan Partisipasi Warga dalam Penertiban PKL (Studi Kasus Strategi Komunikasi Politik Walikota Bandung Ridwan Kamil Untuk Membangun Partisipasi Warga Dalam Penertiban Pkl Di Jalan Kepatihan Bandung)	
Achmad Abdul Basith, Abie Besman	203

<i>Personal Branding</i> Dan Retorika Komunikator Politik Pada Pemilukada Dki Jakarta 2017 (Analisis Retorika Atas Teks Pidato Sebagai Kandidat Gubernur Dan Wakil Gubernur Pada Penentuan Nomor Urut Peserta Pemilu)	
Umaimah Wahid	217
Partisipasi Politik Masyarakat Baduy Dalam Pemilihan Umum (Studi Fenomenologi Partisipasi Politik Masyarakat Baduy Pada Pemilu 2014)	
Faisal Tomi Saputra	235
Revitalisasi Sepakbola Indonesia Sebagai Upaya Resolusi Konflik Oleh Kementerian Pemuda Dan Olahraga (Kemenpora): (Studi Kasus Konflik Pssi Padamasa Pemerintahan Jokowi Widodo dan Jusuf Kalla)	
Mohammad Akbar	249
Men-Subjek-Kan Masyarakat Perbatasan: Telaah Atas Peran Media Baru Di Wilayah Perbatasan Indonesia	
Puji Rianto	258
Primordialisme Semu Versus Gerakan Antikorupsi (Studi Kritis Pemberitaan Tangkap Tangan Irman Gusman Di Media Daring Sumatera Barat Dan Nasional)	
Mohammad Isa Gautama	267

**IMPLEMENTASI KEARIFAN LOKAL
DALAM PERILAKU KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA**
Studi Kasus Perilaku Komunikasi Etnik Pendatang dan Penduduk Lokal di
Kecamatan Way Panji Penduduk Lokal Selatan

IBRAHIM BESAR

Jln.Prof.Dr.Soemantri Brojonegoro No 1 Kedaton Bandar Lampung

ABSTRAK

Budaya masyarakat dapat membentuk karakter perilaku komunikasi antar manusia maupun kelompok dalam suatu lingkungan sosial, dapat menimbulkan berbagai permasalahan sosial. Pemahaman budaya didalamnya menyangkut bahasa, maka dalam berinteraksi antarbudaya sangat diperlukan pemahaman simbol-simbol komunikasi, bahasa dan karakter dari suatu masyarakat tertentu.

Dalam penelitian ini bertujuan 1). Menganalisis bagaimana perilaku komunikasi antara penduduk lokal dan etnik pendatang, yang memiliki adat-istiadat dan budaya yang berbeda. dan 2). Bagaimana strategi pengelolaan komunikasi sosial yang memiliki perbedaan adat-istiadat dan budaya

Penelitian ini bersifat studi kasus dan deskriptif analitik kualitatif dengan menggunakan studi mendalam serta pendekatan obyektif-subyektif. Selain itu untuk mengungkap proses secara akumulatif terjadinya perbedaan kesepahaman dalam pemberian makna simbol-simbol komunikasi. Adakalanya kesalahan dalam pemberian makna dari simbol-simbol komunikasi berakibat fatal, yang berujung pada kekerasan antar kelompok sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan historis. Subyek penelitian ini dibagi menjadi dua, masyarakat Desa Pendatangnuraga dan Desa Agom, yang berada di Kecamatan Way Panji Kabupaten Penduduk lokal Selatan.

Hasil penelitian. 1) Adanya perbedaan latar belakang kebudayaan, perbedaan kepentingan individu maupun kelompok dapat menciptakan pribadi-pribadi yang berbeda. Adanya pengaruh kelompok terhadap lingkungan sosial akan dapat mempengaruhi pendirian, cara pandang, pemikiran, dan perilaku komunikasi seseorang. Adanya perbedaan-perbedaan tersebut pada akhirnya akan menyebabkan terjadinya ketidak sepaahaman komunikasi yang berujung kekerasan. 2). Penyelesaian permasalahan yang terjadi disuatu daerah yang berpenduduk heterogen yang memiliki perbedaan adat istiadat dan budaya yang berbeda diperlukan campurtangan pihak pemangku adat dan agama serta pemerintah.

Kesimpulan dalam penelitian ini menyatakan bahwa 1). Kesenjangan berkomunikasi dan berinteraksi sosial dalam suatu masyarakat sangat dipengaruhi oleh perbedaan perilaku dengan latar belakang budaya, adat-istiadat, keyakinan yang dibawa, kepandaian, dan pengetahuan, serta di dalamnya terkait dengan pendirian dan perasaan akan sesuatu permasalahan sosial serta kurangnya nilai-nilai kearifan lokal yang diadopsi untuk kepentingan musyawarah. 2). Peranan pemuka agama, adat, dan pemerintah dalam proses rekonsiliasi sangat diperlukan, dengan mengedepankan kearifan lokal yang mengedepankan pada rasa saling menghormati dan menghargai (empati dan simpati).

Kata Kunci : *Kearifan lokal, komunikasi antarbudaya, perilaku komunikasi*

PENDAHULUAN

Kabupaten Penduduk lokal Selatan merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Penduduk lokal, yang penduduknya sangat heterogen. Keheterogenan tersebut sebagai akibat adanya program transmigrasi yang dilaksanakan sejak jaman Hindia Belanda hingga sekarang. Penduduk Penduduk lokal Selatan terdiri dari berbagai atnik, seperti etnik Jawa, Batak, Sunda, Sulawesi dan Pendatang. Mereka bertransmigrasi membawa semua harta benda yang dimiliki, termasuk didalamnya adat-istiadat dan budayanya.

Keanekaragaman suku dan budaya yang ada di provinsi Penduduk lokal, khususnya Kabupaten Penduduk lokal Selatan. Dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, keanekaragaman adat istiadat, budaya dan nilai-nilai yang terkandungnya dapat dengan mudah menimbulkan berbagaimacam benturan. Secara umum, hal ini menjadi halangan dalam berkomunikasi, karena pemahaman makna dari simbol-simbol komunikasi yang dimiliki individu tidak sama.

Ciri khas budaya masyarakat suatu daerah merupakan suatu tanda pengenal, simbol-simbol yang menghasilkan makna yang diciptakan dan disepakati oleh masyarakat tersebut. Ciri khas sebagai karakter khusus yang melekat pada setiap kebudayaan, merupakan suatu pembeda perilaku komunikasi dalam suatu masyarakat. Kebudayaan yang telah melekat dan menjadi karakter suatu daerah merupakan identitas, terjadi dalam kurun waktu yang lama, dilaksanakan secara terus menerus dan diimplementasikan dalam perilaku komunikasi bermasyarakat dalam lingkungan sosial tertentu. Identitas adalah satu proses pembangunan karakter diri berdasarkan identifikasi dan gambaran diri, dimana seluruh identitas fragmenter yang dahulu diolah dalam perspektif suatu masa depan yang diantisipasi (Erikson, 1989: 186).

Karakter manusia yang bersumber dari budaya tertentu dapat menimbulkan berbagai permasalahan dalam aplikasinya, berkaitan dengan peran identitas budaya saat interaksi komunikasi antarbudaya. Pemahaman budaya yang didalamnya menyangkut bahasa, maka dalam berinteraksi sosial antarbudaya sangat diperlukan dalam pemahaman suatu bahasa dan karakter dari suatu masyarakat. Sebagai upaya menghindari perbedaan pemahaman (mis komunikasi) dari simbol-simbol tertentu. Untuk menghindari berbagai permasalahan, sebagai akibat ketidaksepahaman di dalam berkomunikasi. Maka seseorang atau kelompok diharapkan membekali dirinya dengan pengetahuan budaya yang relevan, khususnya dalam komunikasi antarbudaya. Komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok, yang dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan yang berbeda budaya, bahkan dalam satu bangsa dengan bangsa lain sekalipun (Liliweri, 2001: 14).

Seperti halnya sebuah perilaku komunikasi yang diterapkan oleh masyarakat di kecamatan Way panji, merupakan suatu bentuk komunikasi antarbudaya di dalam satu ruang lingkup lingkungan sosial yang sama. Karena masyarakat Kecamatan Way Panji merupakan suatu daerah yang menjadi tujuan transmigrasi. maka, tentu saja terdiri dari beragam budaya yang mempunyai identitas budaya berbeda. Terkadang setiap budaya yang mempunyai identitas berbeda-beda tentunya mempunyai sebuah karakteristik atau kebiasaan

yang berbeda dalam latar belakang kebudayaan dan pemakaian bahasa saat berinteraksi. Perbedaan identitas budaya terkadang menimbulkan munculnya suatu gesekan yang berujung pada ketidak sepehaman dalam perilaku komunikasi yang menimbulkan kekerasan antar kelompok masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimanakah perilaku komunikasi dalam kehidupan sosial masyarakat etnik Pendatang dan Penduduk lokal yang memiliki adat-istiadat dan budaya berbeda?
2. Bagaimana strategi pengelolaan komunikasi sosial yang memiliki perbedaan adat-istiadat dan budaya?

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh informasi tentang:

1. Untuk memperoleh penjelasan perilaku komunikasi dalam menyelesaikan permasalahan perbedaan adat-istiadat dan budaya.
2. Untuk mendapatkan penjelasan tentang strategi pengelolaan komunikasi pada masyarakat yang memiliki perbedaan adat-istiadat dan budaya.

Penelitian ini bersifat studi kasus dan deskriptif analitik kualitatif dengan menggunakan studi mendalam serta pendekatan obyektif-subyektif. Selain itu untuk mengungkap proses secara akumulatif terjadinya kasus konflik antar kelompok sosial tersebut juga digunakan pendekatan historis.

Subyek penelitian ini dibagi menjadi dua, masyarakat Desa Pendatangnurga dan Desa Agom, yang berada di Kecamatan Way Panji. Orang-orang yang akan digali informasinya adalah (1) Mereka (baik sebagai individu maupun sebagai wakil lembaga) yang terlibat langsung maupun tidak langsung. (2) mereka yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian permasalahan yang terjadi.

Data dikumpulkan dengan wawancara mendalam, pengamatan, dan dokumentasi, serta dianalisis secara deskriptif kualitatif. Data yang terkumpul ditelaah secara mendalam, observasi dan didokumentasikan. Setelah itu dilakukan reduksi data dengan jalan membuat abstraksi dan kemudian disusun satuan-satuan yang dikategorikan sambil membuat coding. Dan akhirnya dilakukan keabsahan dan interpretasi data (J Maleong, 1993:190).

Perbedaan Budaya dalam Perilaku Komunikasi Sosial

Komunikasi yang terjadi di dalam suatu masyarakat, Merupakan proses perilaku komunikasi yang dibangun secara bersama-sama dalam suatu lingkungan sosial berdasarkan kesepakatan bersama. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dengan menggunakan simbol-simbol komunikasi, berusaha saling memahami berbagai perbedaan sehingga terjadi kesamaan makna. Kesenjangan berkomunikasi dan berinteraksi sosial dalam suatu masyarakat sangat dipengaruhi oleh perbedaan perilaku dengan latar belakang perbedaan budaya, adat-istiadat, keyakinan yang dibawa, kepandaian, dan pengetahuan, serta di dalamnya terkait dengan pendirian dan perasaan akan sesuatu permasalahan sosial. Perbedaan-perbedaan tersebut dapat menjadi faktor penyebab ketidak sepehaman komunikasi. Realitas sosial yang terjadi dalam ketidak sepehaman komunikasi yang berujung

kekerasan di Desa Pendatangnuraga, dimulai dari ketidaksepahaman perilaku komunikasi antara etnik Pendatang dengan etnik Penduduk lokal, dan etnik pendatang lainnya. (Ibrahim, 171-172;2015)

Akan tetapi, konflik sosial yang terjadi di masyarakat tidak semuanya disebabkan adanya kesenjangan komunikasi. Perbedaan latar belakang kebudayaan, perbedaan kepentingan individu maupun kelompok dapat menciptakan pribadi-pribadi yang berbeda. Adanya pengaruh kelompok terhadap lingkungan sosial akan dapat mempengaruhi pendirian, cara pandang, dan pemikiran seseorang. Adanya perbedaan-perbedaan tersebut pada akhirnya akan menyebabkan terjadinya ketidak sepahaman komunikasi yang berujung kekerasan. Kekerasan harus dihindari, karena dianggap sebagai salah satu penyebab terjadinya perpecahan suatu kelompok masyarakat. Oleh sebab itu, adanya perbedaan-perbedaan pandangan yang terjadi di masyarakat harus diselesaikan sedini mungkin, melalui berbagai upaya komunikasi. Salah satunya melalui proses transaksi komunikasi, yang bersaha mempertemukan berbagai pihak, agar kesenjangan komunikasi yang terjadi dapat diselesaikan. Akan tetapi, perbedaan-perbedaan yang terjadi di dalam masyarakat adakalanya tidak dapat diselesaikan.

Strategi menyelesaikan permasalahan kesenjangan komunikasi

Di Indonesia yang menganut budaya ketimuran, menjunjung tinggi kearifan budaya lokal. Penyelesaian masalah yang terjadi di masyarakat kadang kala tidak diselesaikan dengan cara yuridis formal, akan tetapi menggunakan kearifan lokal berupa musyawarah mufakat. Penyelesaian suatu permasalahan di desa yang menggunakan cara musyawarah mufakat, pelaksanaannya sangat dipengaruhi oleh latar belakang budaya, adat istiadat masyarakat yang berselisih paham. Perbedaan tersebut, berpengaruh terhadap perilaku komunikasi non verbalnya. Kurangnya memahami adat dan budaya, menyebabkan wakil masyarakat salah di dalam menginterpretasikan simbol-simbol yang ada, bahkan tidak menyadari kesalahan yang terjadi dalam musyawarah tersebut. Komunikasi antarbudaya yang terjadi dalam musyawarah mufakat maupun komunikasi antar kelompok keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh ketrampilan individu di dalam memahami keunikannya. Setiap individu memiliki latar belakang sejarah pribadi, keluarga, pendidikan, cara pandang terhadap orang lain, dan pengalaman spiritual dan di lingkungan pelaku dibesarkan.

Penilaian permasalahan dalam masyarakat yang memiliki perbedaan budaya sangat sulit ditegakkan. Akan tetapi, kepentingan untuk menyelesaikan suatu permasalahan diharapkan dapat megedepankan kepentingan masyarakat luas. Komunikasi antarbudaya menjadi sangat penting membangun kepercayaan dan penilaian yang obyektif. Oleh sebab itu, penting bagi seorang wakil masyarakat megedepankan saling pengertian atau memiliki rasa empati.

Empati dapat diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menghayati sesuatu yang dirasakan orang lain, sehingga apa yang dirasakan orang lain akan juga dapat dirasakan oleh diri kita. Oleh sebab itu, kemauan kita untuk memposisikan diri kita seperti orang oleh orang lain sangat diperlukan. Empati yang ada dalam diri kita akan menuntun dan membuat kita

bisa merasakan kesenangan orang lain, maupun ikut merasakan kesedihan jika orang lain itu sedang ditimpa musibah.

Ubaydillah (2005:49) menyatakan Empati adalah kemampuan seseorang dalam menyelami perasaan orang lain tanpa harus tenggelam di dalamnya. Dengan menggunakan empati kita didorong untuk selalu berusaha memahami keadaan orang lain. Dengan adanya empati dalam diri kita kita akan didorong untuk selalu mempelajari, memahami keberadaan diri kita sendiri. Sikap memahami, toleransi dalam bermasyarakat sangat penting dimiliki dan dikembangkan oleh segenap lapisan masyarakat Nusantara yang memiliki berbagai adat istiadat, budaya yang beranekaragam. Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian hebat tentunya membawa manfaat dan akibat yang kurang baik bagi adat-istiadat serta budaya bangsa. Pengembangan empati sosial diseluruh lapisan masyarakat diharapkan dapat menekan masalah-masalah yang timbul berkaitan dengan keanekaragaman suku bangsa dan adat istiadat serta budaya. Kemampuan empati yang dimiliki masyarakat akan dapat mengantisipasi pertentangan sosial.

Kearifan lokal berupa sikap toleransi yang mengakar dalam setiap uratnadi masyarakat bangsa Indonesia, merupakan suatu kekuatan yang harus dipertahankan dan dipupuk oleh setiap masyarakat. Oleh sebab itu, Sikap toleransi tidak boleh pudar hanya karena perbedaan suku bangsa, ras, bahasa, agama, adat istiadat atau golongan politik.

Dalam musyawarah mufakat adakalanya menemui jalan buntu, seperti yang terjadi pada musyawarah mufakat permintaan pertanggung jawaban korban terhadap pelaku. Kebuntuan musyawarah mufakat antara keduanya disebabkan karena tidak adanya kesepakatan, padahal musyawarah mufakat tersebut berkaitan dengan masalah kepentingan bersama.

Interaksi sosial yang terjadi di masyarakat yang berbeda etnik, diisi oleh perilaku komunikasi yang berlatar belakang adanya suatu perbedaan pendapat. Perbedaan-perbedaan yang terjadi dilatarbelakangi oleh berbagai keadaan sosial, kepentingan dan budaya. Perbedaan-perbedaan pemahaman, persepsi, dapat menciptakan kesalahfahaman antar komunikator, sehingga berakibat timbulnya konflik. Permasalahan yang muncul sebagai akibat kurang baiknya penyelesaian suatu masalah, terjadi disebabkan oleh perilaku komunikasi antar anggota masyarakat. Oleh sebab itu, suatu permasalahan yang melibatkan etnik berbeda, perlu mendapatkan penyelesaian dengan baik melalui proses musyawarah mufakat.

Banyak cara yang dapat dilakukan dalam musyawarah mufakat, agar permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan dengan baik. Salah satunya, penyelesaian masalah dengan berbasis empati dan norma sosial yang berlaku di daerah setempat, yang memiliki berbagai macam kearifan lokal.

Kehidupan sosial antar etnik yang terjadi pada masyarakat Penduduk lokal Selatan, terdapat perilaku komunikasi yang dapat menimbulkan ketidaksepahaman antar pelaku komunikasi. Adanya rekonsiliasi, maka ketidaksepahaman komunikasi yang terjadi antaretnik diharapkan dapat lebih mencair. Masalahnya, bagaimanakah masyarakat etnik pendatang maupun penduduk lokal mampu melakukan perubahan sikap dan perilakunya, meningkatkan kualitas perilakunya menuju hubungan sosial antar etnik yang lebih baik.

Rekonsiliasi yang terjadi tidak saja menciptakan perdamaian antar kelompok yang berbeda etnik maupun agama, akan tetapi lebih jauh dari itu adanya kemauan masyarakat maupun pemerintah untuk memperbaiki diri.

Merosotnya Pemahaman Makna Kearifan Lokal

Terpinggirkannya ajaran-ajaran yang adiluhung, ajaran dari filsafat kearifan lokal yang digunakan tidak pada tempatnya, kurang mengerti akan makna sebenarnya menyebabkan tingkah laku dan tatacara pergaulan pemuda pendatang kurang simpatik terhadap masyarakat lain, sehingga masyarakat disekitar desa merasa kurang senang dengan tingkah laku pemuda dari etnik pendatang, yang sering bertindak arogan. Kebiasaan bertindak arogan, sombong dan kurang sopan santun yang bertindak hanya berdasarkan hawa nafsu cenderung beringas dan selalu ingin menang sendiri sudah tertanam di dalam jiwa generasi muda etnik pendatang. Mereka menganggap etnik mereka superior jika mampu bersatu melawan etnik lain dengan tanpa melihat persoalan yang dihadapi serta memandang orang lain lebih rendah darinya.

Saya kira orang-orang Pendatangnuraga rasa egoisnya tinggi dan menganggap mereka yang paling kompak, mereka yang paling kuat dan dengan rasa itu mereka jika bertindak tidak memikirkan orang lain sepererti ketika membawa motor, kemudian ketika ada masalah dengan suku lain seolah-olah menjadi sebuah kesempatan untuk membuat keributan.

Kehidupan sosial kemasyarakatan antara masyarakat etnik Pendatang yang bertempat tinggal di Balinuraga dengan masyarakat dari etnik penduduk lokal di Desa Agom, sudah sejak lama terjalin, karena adanya hubungan perdagangan dan pendidikan pertanian. Hubungan sosial diantara etnik Pendatang dengan etnik Penduduk lokal dulunya berjalan baik, bahkan ketika pertama kali masyarakat etnik Pendatang datang ke penduduk lokal mereka banyak yang minta pekerjaan pada masyarakat Penduduk lokal.

Interaksi di antara kedua etnik yang telah terjalin semakin mesra hubungannya karena adanya hubungan yang saling menguntungkan di antara keduanya, seperti misalnya masyarakat penduduk lokal menyediakan kebutuhan janur bagi masyarakat pendatang sebagai sarana upacara keagamaannya, hubungan sosial itu juga diperkuat dengan adanya akses jalan satu-satunya yang terdekat yang menghubungkan masyarakat etnik pendatang menuju jalan lintas Sumatera maupun Kota Kalianda harus melewati Desa Agom yang dihuni oleh penduduk lokal.

Hubungan sosial masyarakat Pendatangnuraga dengan Agom dulunya biasa-biasa, orang Agom kalau berdagang janur ke sini, anak-anak yang sekolah di Kalianda, jika ke jalan Lintas selalu lewat Desa Agom.

Semakin majunya perkembangan jaman, baik teknologi informasi maupun transportasi, nilai-nilai moral masyarakat etnik pendatang maupun penduduk lokal semakin tergerus dan

terpinggirkan, seperti menyimpangnya ajaran-ajaran dan nilai-nilai moral orang tua terdahulu, seperti konsep *Phi'il*. Misalnya, mengalami penurunan kualitas dan penyempitan makna menjadi bermakna tidak hanya sekadar membela harga diri. Konsep *Phi'il* dikaitkan dengan keharusan seorang manusia memiliki kemampuan dalam kedewasaan berperilaku, berkaitan dengan masalah "kehormatan diri" justru menjadi alasan pembenaran untuk menempuh cara apapun, sejauh itu dianggap dapat menjaga harga diri. Demikian juga petuah petuah dan nilai-nilai moral yang diajarkan oleh masyarakat dari etnik pendatang yang banyak bergeser dan terpinggirkan, seperti Pancasrada dasar agama Hindu seperti *Karmapala* dan *Tatwam Asi*.

Kita itu umat Hindu, salah satu ajarannya Panca Srada, Karmapala dan Bhinika tunggal ika, *Tatwam Asi* seperti Karmapala, kalau kita berbuat baik maka baik pula hasilnya, kalau kita berbuat jelek, jelek juga hasilnya kalau kita tanam padi hasilnya padi kalau kita tanam kelapa hasilnya kelapa kalau tanam kelapa sekarang tidak dapat hasil, sepuluh tahun lagi anak saya yang akan dapat hasilnya" "Ajaran *Tatwam Asi* (kamu adalah aku dan aku adalah kamu), keharmonisan antara sesama manusia kalau kita sakit satu bagian tubuh kita akan sakit semua, jika tetangga sakit saya akan merasa sakit, kalau tetangga kehilangan kita akan meraskan kehilangan kalau tetangga senang kita juga akan senang itu prinsipnya.

Tingkah laku dan tatacara pergaulan pemuda Pendatang kurang mendapatkan simpati masyarakat sekitar desa. terpinggirkannya ajaran-ajaran filsafat budaya lokal, menyebabkan pemuda pendatang berperilaku arogan, kurang sopan-santun, bertindak hanya berdasarkan hawa nafsu cenderung beringas dan selalu ingin menang sendiri melekat di dalam jiwa generasi muda etnik pendatang. Mereka menganggap etnik mereka superior jika mampu bersatu melawan etnik lain dengan tanpa melihat akar persoalan yang dihadapi serta memandang orang lain lebih rendah darinya.

Hubungan masyarakat sini dengan sana (antara etnik Penduduk lokal dengan etnik Pendatang khususnya etnik pendatang) semula baik saja, semakin tahun semakin berubah dan perubahan ini semakin jelas terasa beberapa tahun ini saja, keributan antara sini dengan sana sering terjadi, orang sana anak-anak mudanya tidak punya sopan-santun, suka berbuat masalah yang memicu keributan, dikit-dikit ribut.

Permasalahan sepele dan perkelahian antar pemuda berujung pada penyerangan salah satu etnik ke etnik yang lainnya semakin sering terjadi melibatkan warga Desa Pendatangnuruga dengan desa-desa berpenduduk pribumi maupun etnik lain disekitar etnik pendatang, kejadian-kejadian yang sepele yang kurang bagus dalam penyelesaiannya, mengakibatkan hubungan antara etnik pendatang dan etnik penduduk lokal semakin buruk.

Tingkah laku pemuda yang kurang baik, merupakan faktor-faktor penyebab hampir di setiap konflik yang muncul di penduduk lokal, selain akarnya disebabkan kesenjangan sosial antara etnik pendatang dengan etnik penduduk lokal. Karena dipandang sebagai masyarakat pendatang (etnik pendatang) yang dianggap lebih sukses dalam hal perekonomiannya dibandingkan masyarakat pribumi (etnik penduduk lokal), juga disebabkan karena banyaknya kenakalan pemuda dan merasa lebih hebat dan lebih kaya dari yang etnik lainnya.

Keberhasilan masyarakat etnik pendatang dalam meningkatkan kesejahteraannya, perekonomiannya serta budaya, tidak terlepas dari kerja keras dan hidup prihatin. Etnik

pendatang juga sukses di dalam bekerja sektor pemerintahan, kesuksesan etnik pendatang ini menimbulkan kecemburuan sosial pada etnik penduduk lokal. Kesenjangan sosial merupakan salah satu faktor penyebab terjadinya konflik antara penduduk lokal dengan etnik pendatang. Hal ini sesuai dengan pengalaman narasumber yang melihat dan mendengar pada saat penyerangan melewati perkebunan karet etnik pendatang pada saat terjadinya penyerangan etnik Penduduk lokal ke Desa etnik pendatang.

Ini yang membuat kaya orang dari etnik pendatang, habiskan saja! karet yang baru berumur beberapa tahun. Kekesalan masyarakat penduduk lokal tidak hanya sampai di situ, tetapi juga melakukan penjarahan harta benda masyarakat etnik pendatang

Tenaga Ahli Menteri Sosial, Sapto Waluyo menuturkan saat mendatangi daerah konflik Desa Pendatangnuraga dan Desa Agom di Kecamatan Way Panji, Penduduk lokal Selatan, masih melihat perbedaan kondisi ekonomi sehingga menimbulkan kecemburuan sosial yang tinggi. "Masyarakat dari etnik Penduduk lokal merasa kondisi sosial-ekonominya jauh tertinggal dibanding kaum pendatang. Di samping itu, ada kelompok yang mempertahankan adatnya dan tidak mau berbaur dengan lingkungan baru.

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut;

Kesenjangan berkomunikasi dan berinteraksi sosial dalam suatu masyarakat sangat dipengaruhi oleh perbedaan perilaku dengan latar belakang perbedaan budaya, adat-istiadat, keyakinan yang dibawa, kepandaian, dan pengetahuan, serta di dalamnya terkait dengan pendirian dan perasaan akan sesuatu permasalahan sosial. Tidak berfungsinya lembaga sosial seperti lembaga adat dan agama kedua etnik yang memiliki berbagai ajaran kerifan sosial yang adiluhung sebagai sarana komunikasi antarbudaya kedua etnik. Dalam kasus yang terjadi di Desa etnik pendatang dan Penduduk lokal, ketidak sepehaman komunikasi yang berujung pada kekerasan. Bahwa kekerasan yang berawal dari kesenjangan komunikasi tersebut justru mendapat dukungan para tokoh masyarakatnya yang seharusnya lebih arif dan bijaksana, sebagai ujung tombak dalam melestarikan ajaran kearifan sosial.

Kurangnya nilai-nilai kearifan lokal yang diadopsi untuk kepentingan musyawarah, menyebabkan perilaku komunikasi yang terjadi antara kedua juru runding kurang memperhatikan sikap demokratis, toleransi, empati, dan kekeluargaan. Tidak adanya penengah yang dapat mengatur jalannya perundingan yang berkaitan dengan kepentingan umum, maka perundingan yang dilaksanakan tidak dapat mencapai kesepakatan *win-win solutions*, bahkan menemui jalan buntu.

DAFTAR PUSTAKA

- Besar, Ibrahim. 2015. *Communication Between Migrants And Local Ethnic Case Study On Pendatang And Penduduk lokal Ethnic Conflict In Pendatangnuraga Village Of South Penduduk lokal* Program Pasca sarjana Universitas Padjadjaran, Disertasi.
- Hartoyo. 1995 *Keserasian Hubungan Antar Etnik, faktor Pendorong dan Pengelolaannya; Studi di Kampung Sawah Brebes, Tangang Karang Timur, Kota Bandar Penduduk lokal*, Jakarta : Program Pascasarjana Universitas Indonesia, Tesis.

- 1998 *Keserasian Sosial dan Pembagunan Masyarakat Penduduk lokal (Studi Tentang Keserasian Hubungan antara Etnik Penduduk lokal dengan Etnik Pendatang dan Pengaruhnya Terhadap Pembagunan di Pedesaan. Lembaga Penelitian Universitas Penduduk lokal Bekerjasama dengan DKTI dalam Proyek DP3M.*
-1999 *Strategi dan Mekanisme Pengelolaan Keserasian Hubungan antar etnik Penduduk lokal Pepadun dan Saibatin dengan Etnik Pendatang di Pedesaan Penduduk lokal: Bandar Penduduk lokal; Lembaga Penelitian Universitas Penduduk lokal Bekerjasama dengan DKTI dalam Proyek DP3M.*
- Koentjaraningrat.1986. *Lima Masalah Intragrasi Nasional, Dalam Masalah-Masalah Pembagunan; "Bunga Rampai Antropologi Terapan".* Jakarta;LP3ES
- Liliwery, Alosius. 1994. *Prasangka Sosial dan Efektivitas Komunikasi Antaretnik; Studi Tentang Pengaruh Prasangka Sosial Terhadap Efektifitas Komunikasi Antaretnik Para Warga Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur.* Bandung Program Pascasarjana Iniv. Padjadjaran. Disertasi
- Moleong, Lexy 1993. *Metodologi penelitian Kualitatif.* Bandung:Remaja Rosda Karya.

EKSISTENSI “JASENG” (BAHASA JAWA SERANG) SEBAGAI UPAYA PEMERTAHANAN BAHASA DALAM PROGRAM SUDUT KELAS DI RADIO KAMPUS TIRTA FM

RONNY YUDHI SEPTA PRIANA

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
(alamat)
ronnyyosp@gmail.com

ABSTRAK

Pemertahanan identitas kelompok dapat dilakukan melalui pemertahanan bahasa yang berlaku dalam kelompok masyarakat tersebut. Perkembangan teknologi dan informasi berdampak pula pada pergeseran budaya dan bahasa hal ini disebabkan oleh adanya interaksi yang dilakukan oleh setiap individu dengan individu lain yang berbeda latar belakang budaya dan bahasa. Bahasa merupakan media yang dapat merepresentasikan identitas baik individu maupun sosial. Identitas suatu kelompok masyarakat dapat diperlihatkan melalui jenis bahasa yang digunakan dan cara bicara setiap anggota kelompok masyarakat tersebut. Bahasa merupakan bagian dari budaya yang melekat pada kelompok masyarakat penggunaannya. Bahasa Jawa Serang (Jaseng) merupakan bahasa daerah yang berlaku dan digunakan oleh sebagian masyarakat Provinsi Banten khususnya yang berdomisili di Kota Serang. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mempertahankan bahasa dan menjaga eksistensi bahasa yaitu melalui penggunaan bahasa Jaseng sebagai bahasa penghantar dan tema program pada Radio Komunitas. Yang menjadi kajian dalam tulisan ini adalah bagaimana media komunitas dimanfaatkan sebagai media pemertahanan bahasa melalui proses produksi, distribusi dan konsumsi program siaran. Data penelitian adalah bahasa yang digunakan dalam penghantar dan tema program siaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Dimana peneliti mendeskripsikan hasil temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media komunitas dapat menjadi alternatif dan solusi untuk pemertahanan bahasa dan budaya suatu kelompok masyarakat.

Kata Kunci : *Radio Komunitas, Pemertahanan Bahasa, Bahasa Jawa Serang*

PENDAHULUAN

Budaya merupakan hasil perkembangan sistem dan nilai yang berlaku pada masyarakat. Budaya hadir berdasarkan kesepakatan yang diperoleh melalui interaksi dan transaksi komunikasi yang dilakukan baik antar individu dengan individu lain dalam kelompok maupun dengan individu lain diluar kelompoknya. Pewarisan hasil budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya merupakan proses yang tidak mudah karena akan berbenturan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang turut mempengaruhi terkikisnya nilai budaya pada generasi sebelumnya. Namun budaya berkembang berdasarkan seluruh sistem dan nilai yang berkembang dimasyarakat yang berkembang bersamaan dengan berkembangnya kelompok manusia yang kemudian diwariskan dari generasi kegenerasi, maka dapat dikatakan pula bahwa budaya tak dapat dipisahkan dari diri manusia itu sendiri sehingga banyak orang yang cenderung menganggap budaya diwariskan secara genetis. Salah satu hasil budaya yang tak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia adalah Bahasa.

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan manusia untuk menyampaikan pesan, ide dan pernyataan sikap dalam berinteraksi antar manusia. Keragaman budaya menghasilkan keragaman bahasa pula yang dimiliki dan digunakan dalam berinteraksi dalam pemenuhan kebutuhan manusia itu sendiri. Bahasa disamping sebagai salah satu unsur kebudayaan, memungkinkan pula manusia memanfaatkan pengalaman-pengalaman mereka, mempelajari dan mengambil bagian dalam pengalaman-pengalaman itu, serta belajar berkenalan dengan orang-orang lain sehingga tidak menutup kemungkinan terjadi penistrasi budaya dan perkembangan budaya yang kemudian menghasilkan budaya baru yang disepakati oleh setiap individu dalam lingkaran budaya tersebut.

Bahasa selain berfungsi sebagai representasi identitas individu dalam berinteraksi Bahasa dapat pula menjadi alat pemersatu anggota-anggota masyarakat yang hanya dapat dipersatukan secara efisien melalui bahasa. Bahasa sebagai alat komunikasi, lebih jauh memungkinkan tiap orang untuk merasa dirinya terikat dengan kelompok sosial yang dimasukinya, serta dapat melakukan semua kegiatan kemasyarakatan dengan menghindari sejauh mungkin bentrokan-bentrokan untuk memperoleh efisiensi yang setinggi-tingginya. Bahasa memungkinkan integrasi yang sempurna bagi tiap individu dengan masyarakatnya (Gorys Keraf, 1997: 5). Dengan kata lain bahasa yang digunakan dapat merepresentasikan identitas budaya penggunanya.

Bahasa memiliki pengaruh pada kendali sosial setiap individu baik secara pribadi maupun dalam kelompok atau bahkan ketika mereka berada dalam kelompok masyarakat lain. Identitas individu dan identitas sosial yang terikat dalam identitas budaya dapat kita lihat melalui penggunaan bahasa yang digunakan kelompok masyarakat atau setiap individu dalam kelompok masyarakat ketika mereka berinteraksi. Jenis bahasa yang digunakan, cara berbicara, setiap kata yang terucap dapat menunjukkan identitas suatu masyarakat. Representasi identitas masyarakat pengguna suatu bahasa dengan sangat mudah teridentifikasi melalui bahasa yang digunakan contoh sederhananya individu atau masyarakat yang menggunakan bahasa sunda mereka secara langsung maupun tidak langsung diidentifikasi sebagai orang sunda atau orang Jawa Barat. Dengan demikian bahasa dapat digunakan pula sebagai pembentukan identitas kelompok masyarakat yang kemudian dijadikan representasi identitas bagi kelompok yang menggunakannya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan setiap kelompok masyarakat untuk berinteraksi secara terbuka dan memungkinkan pula adanya penetrasi budaya yang kemudian disinyalir dapat menghasilkan pergeseran budaya termasuk kepunahan bahasa ibu/ bahasa daerah. Maka harus ada upaya untuk mempertahankan penggunaan bahasa ibu sebagai langkah nyata mempertahankan budaya masyarakat. Karena jika dibiarkan bukan tidak mungkin bahasa ibu/ bahasa daerah akan menghilang bersamaan dengan pergeseran budaya yang dialami masyarakat.

Bahasa Jawa dialek Banten yang kemudian dikenal dengan Bahasa Jawa Serang (Jaseng) merupakan bahasa daerah yang digunakan oleh sebagian masyarakat Propinsi Banten dalam berinteraksi sehari – hari khususnya bagi mereka yang berdomisili diwilayah Kota Serang dan Kota Cilegon. Akan tetapi bukan berarti Jaseng benar-benar digunakan sebagai bahasa pengantar saat berinteraksi oleh masyarakatnya karena bersamaan *Jaseng* terdapat bahasa daerah lain yang digunakan sebagian besar masyarakat Propinsi Banten yakni bahasa Sunda dialek Banten, Bahasa Sunda Priangan, Bahasa Jawa, dan Bahasa Betawi. Selain itu masyarakat Propinsi Banten khususnya generasi yang lebih muda lebih memiliki kecenderungan menggunakan Bahasa Indonesia dibanding bahasa daerah ketika

berinteraksi baik dengan seusianya maupun dengan berbeda usia dalam kegiatan keseharian. Penyebab utamanya tidak lain adalah adanya ragam budaya pada masyarakat Propinsi Banten itu sendiri serta perkembangan teknologi komunikasi dan pergeseran budaya.

Kekhawatiran punahnya bahasa daerah yang menjadi bahasa ibu menjadi modal besar bagi sebagian masyarakat yang masih menginginkan keberlangsungan bahasa yang mereka usung sebagai bahasa ibu. Penelitian ini mencoba memaparkan bagaimana upaya pemertahanan bahasa Jawa Serang melalui program media komunitas. Media Komunitas yang menjadi objek paparan dan penelitian berupa media audio yakni Radio Komunitas. Radio komunitas merupakan media auditif yang dibentuk dan dibangun untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan bagi komunitasnya. Tirta FM merupakan Radio Komunitas kampus Untirta yang memiliki beragam program yang disediakan untuk seluruh civitas akademika Untirta baik mahasiswa, dosen, karyawan maupun masyarakat yang berdomisili disekitar kampus Untirta. Sadar akan fungsi sebagai pemenuhan informasi khususnya bidang akademik maka Tirta FM memiliki program “Sudut Kelas” yang mengudara setiap rabu malam yang menghadirkan narasumber baik akademisi maupun praktisi. Peneliti tertarik dengan satu tema dalam program sudut kelas edisi 19 Oktober 2016 yang membahas tentang Upaya Pemertahanan Bahasa Daerah di Kota Serang. Yang menjadi daya tarik peneliti dalam program ini selain menghadirkan narasumber dihadirkan pula musisi yang melantunkan lagu daerah. Inilah yang menjadi daya tarik utama bagi peneliti yakni mengkaji bagaimana eksistensi bahasa daerah ditampilkan dalam suatu program acara sebagai upaya pemertahanan bahasa daerah itu sendiri.

TEORI

Bahasa

Bahasa setiap hari digunakan oleh manusia di seluruh dunia. Tanpa bahasa, manusia tidak dapat berkomunikasi. Bahasa berperan penting secara langsung sebagai bentuk pernyataan dan pertukaran pemikiran ataupun pandangan mengenai orang lain. Penggunaan bahasa berperan untuk mengatur manusia sesuai dengan faktor-faktor usia, jenis kelamin dan bahkan sosial-ekonomi. Bahasa adalah sejumlah simbol atau tanda yang disetujui untuk digunakan oleh sekelompok orang untuk menghasilkan suatu arti atau makna (Samovar,2010:268).

Bahasa merupakan medium untuk menyatakan kesadaran dalam suatu konteks sosial. Bahasa dapat dipelajari melalui dua dimensi, yaitu dimensi penggunaan dan dimensi struktur. Dimensi penggunaan menjadi kepeduliaan berbagai bidang studi, salah satunya komunikasi. Dalam kajian penggunaan dimensi ini yaitu yang dimaksudkan dengan yang dituturkan oleh mereka. Bahasa merupakan cara khusus kata-kata diseleksi dan digabung menjadi ciri khas seseorang, satu kelompok atau masyarakat tertentu. Sedangkan dimensi struktur, bahasa diberi definisi dan tergantung pendekatan yang dilakukan. Didalam studi kebudayaan, bahasa ditempatkan sebagai unsur penting seperti sistem pengetahuan, mata pencaharian, adat istiadat, kesenian, sistem peralatan hidup, dan lain sebagainya.

Pemertahanan Bahasa

Pemertahanan bahasa (*language maintenance*) berkaitan dengan masalah sikap atau penilaian terhadap suatu bahasa, untuk tetap menggunakan bahasa tersebut di tengah-tengah bahasa lainnya.

Terdapat tiga ciri sikap bahasa yang dirumuskan oleh Garvin dan Mathiot (1986) sebagai berikut.

1. Kesetiaan bahasa yang mendorong masyarakat suatu bahasa mempertahankan bahasanya, dan apabila perlu mencegah adanya pengaruh bahasa lain;
2. Kebanggaan bahasa yang mendorong orang mengembangkan bahasanya dan menggunakannya sebagai lambang identitas dan kesatuan masyarakat;
3. Kesadaran adanya norma bahasa yang mendorong orang menggunakan bahasanya dengan cermat dan santun; dan merupakan faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap perbuatan yaitu kegiatan menggunakan bahasa.

Ketiga ciri tersebut merupakan ciri-ciri sikap positif terhadap bahasa. Sebaliknya, apabila ketiga ciri sikap bahasa itu sudah menghilang atau melemah dari diri seseorang atau sekelompok orang anggota masyarakat tutur dan tiadanya gairah atau dorongan untuk mempertahankan kemandirian bahasanya merupakan salah satu penanda bahwa kesetiaan bahasanya mulai melemah dan bisa berlanjut menjadi hilang sama sekali. Sikap negatif terhadap suatu bahasa bisa terjadi bila seseorang atau sekelompok orang tidak mempunyai lagi rasa bangga terhadap bahasanya sendiri dan mengalihkan rasa bangga itu kepada bahasa lain yang bukan miliknya. Banyak faktor yang bisa menyebabkan hilangnya rasa bangga terhadap bahasa sendiri, dan menumbuhkan pada bahasa lain, yaitu faktor politik, ras, etnis, dan gengsi.

Radio Komunitas

Komunitas berasal dari istilah *community* yang berarti semua orang yang hidup di suatu tempat, serta sekelompok orang dengan kepentingan atau ketertarikan yang sama. Lembaga penyiaran komunitas (LPK) adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersil, dengan daya pancar rendah, serba untuk melayani kepentingan komunitasnya (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah, 2009:19).

Sebagai radio yang hidup dari, oleh, dan untuk komunitas, radio komunitas mempunyai peluang untuk lebih bebas berekspresi dibandingkan dengan radio swasta. Radio komunitas merupakan media pemberdayaan masyarakat, yang bertujuan untuk pendidikan dan peningkatan kapasitas masyarakat. Oleh karena itu, kesempatan untuk dekat dengan pendengar pun sangat terbuka lebar. Secara teoritis, komunitas terbentuk oleh dua hal: pertama lokalitas yang terbentuk pada batasan geografis tertentu. Kedua, identitas yang sama, atau minat/kepentingan/kepedulian terhadap hal yang sama (Rachmatie, 2007: 72). Radio Komunitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Radio Komunitas Civitas Akademika Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Tirta FM).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengolah dan menginterpretasikan sumber data yang diambil dari produksi, distribusi dan konsumsi program radio komunitas (Tirta FM) Program yang menjadi objek penelitian adalah program “sudut kelas”. Sumber data penelitian ini merupakan seluruh proses baik dari produksi, distribusi dan konsumsi program Radio Komunitas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap penelitian tentang manfaat media dan menjadi dasar dalam penelitian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tirta Fm yang mengudara pada frekuensi FM 107.9 MHz dengan jarak jangkauan 5 kilometer dengan wilayah jangkauan sekitar kampus Untirta diantaranya wilayah kelurahan CipocokJaya, kelurahan Banjar Agung, kelurahan Banjar Asri sebagian kelurahan Sumur Pecung, sebagian kelurahan Serang, sebagian kecamatan Walantaka, sebagian kecamatan Ciruas. Dengan target pendengar adalah civitas akademika Untirta dan masyarakat sekitar kampus Untirta. Mencoba untuk memberikan layanan informasi bagi pendengarnya. Layanan informasi dikemas melalui program-program yang dibuat dan disesuaikan dengan kebutuhan publiknya. Salah satu program unggulan dari Tirta FM adalah “Sudut Kelas” yang merupakan program dialog interaktif untuk memberikan pengetahuan kepada publik serta, informasi dan klarifikasi atas isu yang sedang berkembang baik di internal Untirta maupun di wilayah Banten. Pembahasan dalam penelitian mengungkapkan bagaimana program “Sudut Kelas” di Tirta FM menjadi media dalam upaya pemertahanan bahasa dan eksistensi bahasa daerah khususnya Bahasa Jawa dialek Banten atau kemudian dikenal sebagai Bahasa Jawa Serang (Jaseng).

Bahasa Jawa dialek Banten atau yang kemudian dikenal sebagai Bahasa Jawa Serang (Jaseng) tersebar di beberapa wilayah Propinsi Banten. Diantara Kabupaten, Kota yang terdapat di Propinsi Banten, Kota Serang merupakan daerah yang didominasi oleh masyarakat yang menggunakan Bahasa Jawa Serang. Bahkan pemerintah daerah setempat menggunakan bahasa daerah ini sebagai bahasa pengantar dalam iklan layanan masyarakat di media luar ruang maupun di media cetak dan elektronik.

Jaseng digunakan masyarakat Kota Serang sebagai bahasa pengantar dalam tuturan saat berinteraksi diberbagai peristiwa tutur baik di ruang publik seperti Puskesmas, Pasar, Perkantoran dan tempat-tempat lainnya dimana terjadinya transaksi wicara berlangsung. Jika dipetakan dari 6 kecamatan yang terdapat di Kota Serang yakni Kec. Serang, Kec. Cipocokjaya, Kec. Walantaka, Kec. Curug, Kec. Taktakan, dan Kec. Kasemen, hanya dua kecamatan yang masyarakatnya multilingual yakni Kec. Serang dan Kec. Cipocokjaya hal ini disebabkan banyaknya masyarakat pendatang di dua kecamatan tersebut. Namun tidak dipungkiri masyarakat pendatang di Kota Serang pun lambat laun menguasai bahasa *Jaseng* karena sering berinteraksi dengan masyarakat pribumi yang menggunakan bahasa *Jaseng* diberbagai peristiwa tutur. Oleh karenanya *Jaseng* kemudian digunakan sebagai representasi identitas masyarakat Kota Serang. Identitas yang dimunculkan oleh kelompok masyarakat yang menggunakan bahasa Jawa Serang adalah *Communal identity* dan *Social Identity* dimana kelompok masyarakat tersebut memperlihatkan identitas berupa kepemilikan budaya pada kelompok masyarakatnya berupa bahasa yang digunakan sehingga masyarakat lain diluar kelompoknya dapat mengidentifikasi kelompok masyarakat tersebut.

Upaya pemertahanan bahasa Jawa Serang dilakukan oleh kelompok masyarakat dan individu penggunaannya untuk tetap menjaga eksistensi bahasa dan melestarikan budaya secara turun temurun. Upaya pertahanan bahasa tersebut mendapat dukungan dari pihak pemerintah Kota Serang Khususnya Dinas Pendidikan dengan menjadikan Bahasa Jawa dialek Banten (Jawa Serang) sebagai muatan lokal wajib yang digunakan oleh seluruh pelajar Sekolah Dasar Negeri yang berada di wilayah Kota Serang. Selain masuk kedalam kurikulum upaya lain dilakukan pula melalui lirik lagu daerah yang diperlombakan baik tingkat Sekolah Dasar maupun Sekolah Menengah. Selain dalam lirik lagu bahasa Jawa Serang dipertahankan pula melalui dolanan anak-anak.

Tirta FM merupakan radio komunitas yang berada di wilayah Kota Serang dengan jarak siar 5 kilometer dan memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan khususnya masyarakat Kecamatan Cipocok Jaya dan sebagian Kecamatan Walantaka yang sebagian besar masyarakatnya menggunakan bahasa Jawa Serang (Jaseng) sebagai bahasa pengantar dalam berinteraksi dan berkomunikasi baik dalam kelompoknya maupun dengan masyarakat lain yang sama menggunakan bahasa Jawa Serang (Jaseng). Tirta FM melihat potensi keragaman budaya yang ada dalam lingkup komunitas pendengar dapat dijadikan sebagai suatu objek kajian dalam program dialog interaktif. Menangkap potensi dan peluang tersebut kemudian Tirta FM merancang dan meramu penyampaian informasi tentang bagaimana upaya pemertahanan bahasa khususnya bahasa Jawa Serang (Jaseng) dengan menjadikannya tema dan pembahasan dalam program Talk Show “Sudut Kelas”. Berikut peneliti sampaikan bagaimana upaya pemertahanan bahasa dan eksistensi bahasa dilakukan dalam program pada radio komunitas melalui proses produksi, distribusi dan konsumsi program siaran.

- **Produksi Program**

Program yang disiarkan oleh radio komunitas Tirta FM ini sesuai dengan undang-undang penyiaran nomor 32 tahun 2002 pasal 20 ayat 2(b) yaitu program lembaga penyiaran komunitas ditujukan untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas masyarakat dan bangsa, Format siaran radio Tirta FM adalah *multi contemporary* (pendengar dari kalangan remaja, muda dan dewasa) yang format program acaranya dibedakan dalam 4 (empat) kategori format acara di antaranya:

1. Program acara yang memiliki kontribusi terhadap pemahaman, pengetahuan bersifat pendidikan, budaya dan agama.
2. Program acara yang memiliki kontribusi berita informasi
3. Program acara entertainment (hiburan) dan kesenian
4. Program acara yang memiliki Iklan Layanan masyarakat

Tirta FM merancang program yang sesuai dengan kebutuhan informasi dan hiburan komunitasnya. Komunitas pendengar Tirta FM adalah civitas akademika Untirta (Mahasiswa, Dosen dan Karyawan) serta masyarakat yang berada di wilayah siar yakni masyarakat di wilayah Kecamatan Cipocok Jaya dan sebagian Kecamatan Walantaka sebagai komunitasnya. “Sudut Kelas” merupakan program Talk Show yang berpola dialog interaktif dengan mengundang narasumber baik dari kalangan akademisi maupun praktisi yang membahas dan pengulas beragam hal yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi komunitas Tirta FM itu sendiri. Hasil analisis memperlihatkan bahwa terdapat upaya pemertahanan bahasa dalam produksi program “Sudut Kelas” khususnya pada edisi 19 Oktober 2016. Upaya tersebut dapat dilihat melalui tema, narasumber, Iklan layanan Masyarakat serta lagu yang diperdengarkan.

Tema yang diusung program “Sudut Kelas” edisi 19 Oktober 2016 adalah “Upaya pemertahanan bahasa daerah di Kota Serang”. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa tema ini diambil untuk dapat memberikan informasi pada masyarakat luas khususnya komunitas pendengar Tirta FM tentang keragaman budaya dan bahasa yang terdapat di Kota Serang serta bagaimana upaya pemertahanan bahasa yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk menjaga eksistensi bahasa daerah tersebut. Narasumber yang dihadirkan dalam program “Sudut Kelas” edisi 19 Oktober 2016 adalah Diana Tustiantina, S.Pd., M.Hum. Dosen FKIP Untirta yang juga peneliti perkembangan kebahasaan pada Masyarakat Propinsi

Banten. Narasumber berikutnya adalah Toton Gerintul yaitu musisi lokal yang menciptakan lagu-lagu dalam bahasa Jawa Serang.

Eksistensi bahasa Jawa Serang (Jaseng) diperlihatkan dalam proses produksi siaran program yang berlangsung selama 2 jam yang terbagi menjadi 4 segmen ini. Eksistensi bahasa diperlihatkan melalui opening, jeda rehat, dan closing program. Dalam opening eksistensi bahasa Jawa Serang diperlihatkan dengan lagu yang dibawakan oleh Toton Gerintul dengan judul lagu "*Kulit Gerintul Iwake Sate Bandeng*" lagu ini merupakan lagu ciptaan Toton yang menggunakan bahasa Jawa Serang yang isinya menceritakan tentang proses pembuatan sate bandeng dan sayur kulit melinji (sayur kulit gerintul). Pada jeda rehat kembali eksistensi bahasa Jawa Serang diperlihatkan melalui lagu yang dibawakan Toton Gerintul secara langsung yang berjudul "*Surantal Surintil*" lagu berbahasa Jawa Serang ini berisi pantun lokal yang dikemas dalam lagu. Pada closing program eksistensi bahasa Jawa Serang diperlihatkan melalui lagu "*Matak Edan*" dari Toton Gerintul yang menceritakan tentang keadaan pergaulan anak muda jaman sekarang dengan menggunakan bahasa Jawa Serang. Selain melalui lagu dalam pembahasan disampaikan pula oleh narasumber bahwa sebagian besar masyarakat Kota Serang menggunakan Bahasa Jawa Serang dan hanya masyarakat diperbatasan dengan Kabupaten Serang saja yang menggunakan Bahasa Sunda.

- **Distribusi dan Konsumsi Program**

Pendengar Tirta FM tersebar baik di wilayah sekitar kampus Untirta maupun masyarakat dalam jarak siar yang ada. Perancangan Program siaran yang dilakukan oleh Tirta FM berdasarkan kebutuhan informasi dan hiburan komunitasnya yakni mahasiswa, dosen, karyawan dan masyarakat sekitar kampus serta masyarakat yang berada di jarak siar Tirta FM itu sendiri. Pemilihan tema dan narasumber berdasarkan pada sudut pandang budaya, kebutuhan informasi pendengar serta keadaan sosial masyarakat yang berada dalam lingkungan komunitas Tirta FM. Masyarakat umum diluar civitas akademika Unirta yang mendengarkan siaran Tirta FM adalah masyarakat yang berada diwilayah Kecamatan Cipocok Jaya dan sebagian Kecamatan Walantaka yang sebagian besar didominasi oleh masyarakat yang menggunakan bahasa Jawa Serang. Sehingga dapat dikatakan bahwa tema dan narasumber yang dihadirkan serta musik yang diperdengarkan telah sesuai dengan karakter dan budaya pendengar dan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi pendengar.

Eksistensi bahasa Jawa Serang diperlihatkan dalam proses konsumsi program "Sudut Kelas" edisi 19 Oktober 2016 melalui respon dan umpan balik dari masyarakat dan komunitas pendengar hal ini diperkuat dengan adanya pertanyaan dan pernyataan pendengar yang tertarik dalam proses pemaparan narasumber. Eksistensi Bahasa Jawa Serang diperlihatkan pula dalam proses distribusi dan konsumsi program melalui pernyataan pendengar yang menyampaikan pernyataan dalam media sosial saat program berlangsung dengan pernyataannya "*hidup Jaseng*", "*wuih Matak edan*".

SIMPULAN

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat upaya pemertahanan bahasa melalui eksistensi bahasa yang disampaikan melalui lagu dan bahasa yang digunakan saat program siaran radio berlangsung. Radio komunitas merupakan media yang dapat dijadikan sebagai media pemertahanan bahasa. Penggunaan bahasa dalam program siaran

dapat menjadi pemikat dan membangkitkan minat masyarakat sebagai komunitasnya untuk berpartisipasi ketika program siaran berlangsung. Sikap responsif pendengar pada paparan dan tema saat proses distribusi dan konsumsi program merupakan faktor pendukung keberlangsungan radio komunitas itu sendiri. Sehingga dengan adanya daya dukung dari masyarakat terhadap program yang berlangsung tanpa disadari hal tersebut merupakan upaya untuk mempertahankan budaya dan bahasa yang didalamnya. Melalui informasi berbasis komunitas dan penggunaan bahasa daerah sesuai dengan bahasa yang digunakan oleh kelompok masyarakat bahasa yang menjadi komunitasnya, Radio komunitas menjadi media yang memiliki peran sebagai media pemertahanan bahasa yang efektif karena bahasa yang digunakan mendapat posisi yang paling utama dalam proses berinteraksi stasiun radio dengan pendengarnya. Sehingga bahasa digunakan oleh kelompok masyarakat tetap dapat dipertahankan sebagai identitas masyarakat pengguna bahasa itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Garvin, P.L. Mathiot M. 1986. *The Urbaization of Guarani Language. Problem in Language and Culture*, dalam Fishman, J.A. (Ed) *Reading in Tes Sosiologi of Language*, Mounton. Paris–The Hague.
- Keraf, Gorys. 1997. *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa* . Ende-Flores: Nusa Indah.
- Komisi Penyiaran Indonesia Daerah. 2009. *UUD RI Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran*. KPID Banten : Lembaga independen.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta : LKIS.
- Mulyana, Deddy.2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ningrum, Fatmasari. 2007. *Sukses Menjadi Penyiar, Scrip Writer dan Reporter*. Jakarta : Penebar Plus.
- Rachmiati, Atie. 2007. *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Samovar, Larry A. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika
- Triartanto, A.Lua y. 2010. *Broadcasting Radio Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.
- Wahyudi, J.B. 1997. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.

PEMUDA DAN JAWARA DALAM POLITIK BANTEN

¹ARI PANDU WITANTRA, ²ANDIN NESIA

FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

ABSTRAK

Kesuksesan salah satu Dinasti politik yang berkembang di Banten tidak lepas dari peran pemuda dan jawara. Dinasti yang terbentuk di Provinsi ke 33 Republik Indonesia ini diantaranya diprakarsai oleh Alm. H. Tb. Chasan Sochieb, sang Gubernur Jenderal Provinsi Banten. Dalam membentuk dan melanggengkan keberadaan dinasti ini mereka berusaha memastikan anggota keluarganya menjadi bagian dari kepala daerah dari pemerintahan yang ada di Provinsi Banten. Andika Hazrumy yang merupakan cucu dari H. Tb. Chasan Sochieb mengambil bagian penting dalam pemerintahan Provinsi Banten. setelah menjadi anggota DPD-RI, Andika sukses masuk dalam jajaran anggota DPR RI 2014-2019. Saat ini Andika juga sudah terdaftar menjadi calon Wakil Gubernur Banten bersanding dengan Wahidin Halim pada pilkada serentak 2017 mendatang. Alm. H. Tb. Chasan Sochieb membentuk dinastinya di Kota Serang, Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang, Kota Tangerang Selatan dan pusat pemerintahan Provinsi Banten. Kesuksesan Chasan Sochieb Dalam melanggengkan dinastinya diraih dengan upaya menghimpun Pendekar dan Jawara dalam proses perpolitikan di Banten. Dalam proses pemenangan Pilkada 2017 mendatang, jaringan ini masih akan digunakan oleh Dinasti ini, ditambah Jaringan Pemuda yang telah dihimpun oleh Andika sejak 2007.

Paper ini akan membahas bagaimana keterlibatan Pemuda dan Jawara dalam memenangkan praktik politik di Banten. Sejauh mana Pemuda dan Jawara mengambil peran politik dalam memenangkan satu dan beberapa calon kepala daerah sekaligus untuk terpilih menjadi kepala daerah dan Anggota Legislatif di Banten, serta bagaimana mereka mengkoordinir suara pemilih hingga mengalahkan citra Dinasti yang sudah dianggap kurang baik oleh kebanyakan masyarakat.

Kata Kunci: *Politik Lokal, Pemuda dan Jawara, Dinasti Banten*

PENDAHULUAN

Februari 2017 adalah salah waktu yang dinanti untuk penentuan beberapa pemilihan kepala daerah yang dilakukan secara serempak di Indonesia. Salah satunya adalah pemilihan Calon Gubernur dan wakil Gubernur di Banten. hingga saat ini sudah terdaftar 2 pasangan calon Gubernur dan pasangannya. Pasangan pertama adalah Wahidin Halim dan Andika Hazrumy, pasangan kedua adalah Rano Karno dan Embay Mulia Syarif. Pertarungan diantara keduanya sudah mulai terasa di media sosial dan iklan luar ruang sejak akhir bulan september 2016 lalu, sejak pasangan calon Gubernur dan calon wakil gubernur mendeklarasikan maju ke dalam kancah Pilgub Banten 2017.

Rano Karno atau RK merupakan seorang petahana, kiprah politisnya dimulai sejak 2012 saat menjadi wakil gubernur Banten bersama Ratu Atut Chosiyah. Pada pilgub mendatang, Dia berpasangan dengan seorang tokoh Banten yaitu H. Embay Mulia Syarif.

Pasangan Rano Karno ini sering dimunculkan dengan pendekar atau jawara putih. Kiprahnya di Banten adalah berperan aktif dalam pelepasan Provinsi Banten dari Provinsi Induknya yaitu Jawa Barat. Posisi pasangan cagub dan cawagub ini siuntungkan dengan posisi cagub yang merupakan petahana. Sebagai petahana, pasangan ini memiliki keuntungan khusus dalam memudahkan kampanyenya kepada masyarakat Banten.

Pasangan saingannya yaitu Wahidin Halim atau WH, seorang politisi yang pernah dua kali menjadi walikota Tangerang pada periode 2003-2008 dan 2008-2013. WH juga saat ini menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi II DPR RI dari Fraksi Demokrat mewakili Dapil Banten III. Pasangannya yaitu Andika Hazrumy atau AH merupakan anak kandung dari Atut Chosiyah, mantan Gubernur Banten yang saat ini sedang mendekam di Penjara atas kasus korupsi Alkes RSUP Banten. baik WH dan AH, mereka sama-sama memiliki pengalaman di politik lebih lama daripada saingannya. AH juga mulai meniti karir politiknya sejak tahun 2009 sebagai anggota DPD RI Provinsi Banten.

Secara pengalaman pasangan WH dan AH memang lebih unggul. Namun posisi AH saat ini memiliki nilai minus dimata masyarakat. Selain umurnya yang masih terbilang muda, keluarganya yang sedang tersangkut kasus suap dan korupsi membuat masyarakat Banten memiliki keraguan untuk memilihnya. Bukan hal baru jika keluarga besar AH merupakan keluarga yang dinilai masyarakat sedang membangun sebuah dinasti di Banten. Sejak Ibunya menjadi wakil Gubernur Banten pertama di Banten, sejak saat itu pula sedikit demi sedikit keluarga mereka masuk dalam struktur-struktur pemerintahan yang ada di Banten.

Bukan kali pertama AH mecalonkan diri disaat terjadinya krisis dalam Dinasti keluarganya. 2014 lalu adalah saat perjuangan pertamanya mencalonkan diri sebagai calon anggota Legislatif dalam suasana yang sangat tidak kondusif. Kekhawatiran akan turunnya kepercayaan masyarakat ditambah dengan ketersediaan dana yang sangat sulit didapat membuat AH sempat kehilangan kepercayaan dirinya. Dilain pihak, Tim Pemenangan AH lebih memikirkan strategi yang dipergunakan untuk meraih suara masyarakat Banten. Daerah pilihan Banten I yang meliputi kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang diupayakan semaksimal mungkin agar dapat diraih suara yang dapat membawa AH masuk kedalam daftar Anggota Legislatif.

Adalah komunitas dan jejaring yang telah dibentuk keluarga ini sejak lama-lah yang akhirnya membawa AH masuk kedalam jajaran Anggota Legislatif. Nama Andika Hazrumy masuk dalam daftar Anggota DPR-RI mewakili daerah pilihan Banten I yaitu Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang. Kekuatan komunitas organisasi Karang Taruna dan Taruna Siaga Bencana serta dikoordinasikan dengan Jejaring relawan Banten Bersatu menjadi senjata yang efektif saat pemilihan calon anggota legislatif 2014 lalu.

Bagaimana dengan pemilihan Cagub dan Cawagub 2017? Apakah Andika akan menggunakan strategi yang sama saat pileg 2014 lalu? Paper ini akan membahas bagaimana keterlibatan Pemuda dan Jawara dalam memenangkan praktik politik di Banten 2014 lalu. Sejauh mana Pemuda dan Jawara mengambil peran politik dalam memenangkan satu dan beberapa calon kepala daerah sekaligus untuk terpilih menjadi kepala daerah dan Anggota

Legislatif di Banten, serta bagaimana mereka mengkoordinir suara pemilih hingga mengalahkan citra Dinasti yang sudah dianggap kurang baik oleh kebanyakan masyarakat.

PEMBAHASAN

Provinsi Banten adalah sebuah provinsi di Pulau Jawa, Indonesia. Provinsi ini dulunya merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat, namun dipisahkan sejak tahun 2000, dengan keputusan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2000. Pusat pemerintahannya berada di Kota Serang. Provinsi ini memiliki delapan kabupaten/kota, yakni: Kabupaten Serang; Kabupaten Lebak; Kabupaten Pandeglang; Kabupaten Tangerang; Kota Tangerang; Kota Serang; Kota Cilegon; dan Kota Tangerang selatan.

Pada 2014 lalu Jumlah daftar pemilih tetap (DPT) di Banten pada saat pemilihan calon anggota legislatif sebanyak 7.985.599 pemilih. Yang terdiri dari terdiri dari 4.057.530 pemilih laki-laki, dan 3.928.069 pemilih perempuan. Pada 2017 nanti diperkirakan jumlah pemilih akan naik beberapa persen. Jumlah inilah yang akan dipeebutkan suaranya oleh masing-masing pasangan Cagub dan Cawagub beserta tim pemenangannya.

Sejarah Provinsi Banten dan keterlibatan Jawara

Keterlibatan pemuda dan jawara dalam perpolitikan di Banten tidak bisa dilepaskan dengan sejarah pembentukan provinsi Banten dan Prof. H. Tb. Chasan Sochieb, Ayah Kandung Rt. Atut Chosiyah. Banten resmi berdiri pada oktober tahun 2000 melalui Undang-undang No. 23 tahun 2000. Provinsi Banten terbentuk melalui gagasan-gagasan yang dilandasi ketertinggalan dibandingkan dengan daerah-daerah lain di Jawa Barat. Meskipun baru resmi dibentuk pada tahun 2000, masyarakat Banten telah memiliki kesatuan politik di masa lalu sebagai sebuah kesultanan dalam kurun waktu waktu 1526-1828M. Sejak masa kemerdekaan hingga menjadi Provinsi yang berdiri sendiri, Banten merupakan sebuah Karesidenan yang menjadi bagian dari Provinsi Jawa Barat.

Provinsi Banten pada saat terbentuk memiliki empat kabupaten (Pandeglang, Serang, Lebak dan Tangerang serta dua Kota (Tangerang dan Cilegon). Saat ini Banten telah mengalami pemekaran dengan lahirnya Kota Serang dan Kota Tangerang Selatan. Seiring dengan pemekaran wilayah, apalagi disaat era otonomi daerah yang sangat membuka peluang untuk berebut kekuasaan, maka sudah menjadi hal yang lazim Provinsi Banten juga menjadi ajang perebutan kekuasaan. Otonomi daerah membuka ruang gerak bagi demokrasi lokal untuk berkembang, selaras dengan dukungan dari UU 32 tahun 2004 yaitu tentang sistem pemilihan kepala daerah yang dipilih langsung oleh masyarakat.

Yang menjadi menarik disini sejak awal pendirian Provinsi Banten, sedikit banyak elit kultural yang terbentuk dari perkembangan sejarah dan budaya masyarakat Banten, salah satunya yaitu Kiyai dan Jawara. Dua elit kultural ini nyata mengambil bagian penting dari terbentuknya pemerintahan di Banten. Kalangan ini lebih menampakkan diri dan secara terang-terangan berhadapan dengan para aktor politik modern seperti partai politik. Namun saat ini elit kultural terutama yang disebut sebagai jawara atau dikenal juga dengan Pendekar Banten lebih mendominasi perpolitikan lokal Banten dibanding Kiyai.

Pada Rezim Orde Baru, Kelompok jawara ini sempat menolak pembentukan Provinsi Banten, namun pada akhirnya mendukung dan bahkan menempatkan diri menjadi kelompok yang paling menonjol dalam pembentukan Provinsi Banten. Pada Desember tahun 1999 dalam Deklarasi Nasional Pembentukan Provinsi Banten, Elit Jawara yang menamakan dirinya Pendekar Banten muncul sebagai elemen utama keamanan dan Chasan Sochieb menjadi Tokoh utamanya.

Kemampuan Chasan Sochieb beserta para Pendekar Banten yang muncul sebagai tokoh sentral dalam pembentukan provinsi Banten pada akhirnya berimbas pada naiknya anak kandungnya yaitu Ratu Atut Chosiyah sebagai wakil Gubernur pertama di Provinsi Banten. Naiknya Atut Chosiyah sebagai wakil Gubernur Provinsi Banten juga merupakan hasil dari lobi Chasan Sochieb kepada partai-partai yang ikut dalam pencalonan Gubernur dan Wakil Gubernur pertama di Provinsi Banten. Setelah Atut menjadi Wakil Gubernur, sedikit demi sedikit Chasan Sochieb merancang strategi yang mendukung keluarganya terus eksis di provinsi Banten, hingga pada akhirnya membentuk semacam dinasti keluarga di Pemerintahan Provinsi Banten.

Relawan Banten Bersatu

Peran Chasan Sochieb dan Pendekar Banten ini memang memberikan warna politik yang keras di Banten. Pendekar Banten selalu muncul dan mengawal perpolitikan di Banten, terutama yang menyangkut dengan keluarga besarnya. Sejak keikutsertaannya dalam berpolitik, organisasi Jawara ini telah mengakar dan memiliki struktur hingga tingkat pemerintahan paling rendah, yaitu Rukun Tetangga. Organisasi Pendekar Banten atau Satkar Jawara yang berkonsentrasi di bidang politik ini, sekarang lebih dikenal dengan organisasi yang dinamakan Relawan Banten Bersatu.

Pada Bulan Mei 2006 Relawan Banten Bersatu atau RBB ini resmi didirikan oleh Chasan Sochieb. RBB didirikan untuk mengawal pencalonan Atut Chosiyah sebagai Calon Gubernur pada tahun yang sama. RBB ini dibentuk juga dalam rangka menghaluskan citra Pendekar Banten yang dipandang negatif oleh masyarakat karena sering disetarakan dengan premanisme. Selain Pendekar Banten, pembentukan RBB ini juga menggabungkan berbagai elemen masyarakat seperti BPPKB atau Badan Pembina Potensi Keluarga Besar Banten yang merupakan organisasi Jawara besar yang cukup kuat di Pandeglang dan Tangerang.

“cikal bakalnya dulu namanya LBB, lembaga Banten bersatu, tapi karena kurang terdengar apa, lembaga, kaya ada batas, maka sepakat diganti jadi Relawan Banten Bersatu.”

“Sampai sekarang itu, kami masih mencoba namanya pendekar Banten itu merubah citra bahwa kita ini hadir itu diperlukan oleh masyarakat, memang kita diminta waktu itu untuk bawa golok, kemana-mana, itu ciri khas pendekar, tapi golok ini bukan dipakai untuk yang tidak-tidak, buat nodong bukan, gitu.. (wawancara dengan Deni Arisandi, Ketua RBB Kota Serang, 14 oktober 2016).

RBB berhasil menghaluskan citra pendekar di kalangan masyarakat Banten. elemen pemuda juga banyak dimasukkan dalam lingkaran mesin politik Keluarga ini. Mereka berhasil memikirkan sebuah konsep yang berorientasi kedepan bahwa kematangan berfikir dan

pendekatan emosional tidak dengan pendekatan kekerasan itu ternyata lebih luwes. Mereka ingin melihat kedepan bahwa karakter Banten adalah keras tapi tidak kasar.

Kehadiran RBB dalam membantu pemenangan kandidat kepala daerah di Banten telah sukses membawa beberapa nama dari lingkaran keluarga naik ke kursi jabatan kepala Daerah. Sebut saja mulai dari Atut Chosiyah yang dua kali terpilih menjadi Gubernur Banten, Adiknya, Ratu Tatu Chasanah menjabat Bupati Serang, Adik Iparnya, Airin Rachmy Diany menjabat Walikota Tangerang Selatan, Anak dan menantunya, Andika Hazrumy dan Adde Rosi Choerunisa mejadi anggota DPR RI dan DPRD, Adik Tirinya menjabat walikota Serang, dan masih ada beberapa jabatan penting yang dipegang oleh keluarga ini. Dominasi politik keluarga ini di pemerintahan lokal provinsi banten dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 1. Tabel Daftar Dominasi Politik Keluarga di Pemerintahan Lokal Provinsi Banten

No	Unit Pemerintahan	Nama	Posisi	Kekerabatan
1	Provinsi Banten	Atut Chosiyah	Mantan Gubernur	Putri H. Chasan
2	Kota Serang	Khaerul Jaman	Walikota	Adik Tiri Atut Chosiyah
3	Kabupaten Serang	Tatu Chasanah	Walikota	Adik Kandung Atut Chosiyah
4	Kota Tangerang Selatan	Airin Rachmi Diany	Walikota	Adik Ipar Atut Chosiyah
5	Kabupaten Pandeglang	Tanto Warsono Arban	Wakil Walikota	Menantu Atut Chosiyah
6	Kota Cilegon	Iman Aryadi	Walikota	Generasi kedua, keluarga Aat Syafaat.
7	Kabupaten Lebak	Iti Octavia Jayabaya	Walikota	Generasi kedua, keluarga Jayabaya
8	Kabupaten Tangerang	Ahmed Zaki Iskandar	Walikota	Generasi kedua, keluarga Iskandar

Kesuksesan RBB dalam membawa keluarga Atut Chosiyah memenangkan pertarungan dalam setiap pemilihan kepala daerah dan calon Anggota Legislatif tidak lain berasal dari kemampuannya dalam membentuk jejaring yang bersifat loyalis. Dalam membangun jejaringnya RBB selalu memperhatikan siapa yang akan direkrut. Perekrutan tentu saja menggunakan beberapa kriteria. Namun yang diambil untuk direkrut tentu saja seorang loyalis, loyalis yang diambil diprioritaskan seorang tokoh masyarakat yang disegani oleh masyarakat disekitarnya.

Dalam penciptaan seorang loyalis, jaringan yang dibangun sejak 2006 ini sangat memperhatikan anggotanya. Sifat memanusiaikan manusia adalah kuncinya. Perhatian seorang pembina jaringan kepada orang-orang yang ada dalam dalam jaringannya mutlak diperlukan. Bahkan ada sanksi yang akan dikenakan jika hal ini terjadi.

“..Bu atut itu yah, kalau ada aja orang yang dulu bantu bu Atut buat berjuang terus dia tidak terurus, ditanya dia itu, kamu ikut siapa? Saya ikut pak Deni, itu saya Habis itu dimarahi,

contohnya umpama, panggil sayanya, di depan orang itu,(ditanya) orang ini ga diurus sama kamu? Kemana aja kamu?, dan akhirnya karena hal begitu tertanam, dan itu yang diberi tanggung jawab seperti itu saya, Pak H. Sanukri ini, (kami) diberi tanggung jawab untuk membina jaringan, itu nggak bisa tuh kalau nggak nolong kalau

ada orang (minta tolong), contohnya aja saya (anggota jaringan) belum bayar kontrakan, dateng (kepada Deni), itu mau nggak mau saya harus nyariin, darimana tah, mentok mentok ya akhirnya minta juga. (wawancara dengan Deni Arisandi, 14 Oktober 2016)

Anggota jaringan Relawan Banten bersatu terdiri dari masyarakat dan tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh terhadap warganya. Anggota jaringan ini terkecil adalah tingkat Tempat Pemungutan Suara. Terlihat dari jaringan terkecilnya bahwa jaringan ini memang diciptakan untuk kepentingan politis. Diawali dengan menjadi saksi di tiap TPS, jaringan ini lalu dipukul dan dipelihara baik oleh pembina jaringan.

Organisasi Pemuda

Selain RBB, Organisasi Pemuda juga banyak berkiprah dalam proses pemenangan anggota keluarga mantan Gubernur Banten ini terutama untuk Andika Hazrumy. Pada tahun 2014 Andika Hazrumy ditempatkan di dapil Banten I yaitu memiliki daerah pemilihan Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang. Pada saat itu, Andika bukanlah seorang pemain baru. Walau baru kali itu Andika dicalonkan di DPR-RI, namun sebelumnya Andika adalah anggota DPD-RI di periode 2009-2014.

Andika mulai berkiprah di organisasi kepemudaan dalam provinsi Banten sejak tahun 2007. Saat itu Andika dimasukkan dalam jabatan ketua Karang Taruna provinsi Banten. Hingga saat ini Andika masih menjabat sebagai ketua Karang Taruna Provinsi Banten. Sejak Andika membina Organisasi ini, sejak itu pula Jejaring kepemudaan banyak digunakan untuk mensukseskan kampanyenya di masyarakat.

Pada tahun 2008, Sebuah perhelatan nusantara dalam rangka memperingati 100 tahun hari kebangkitan bangsa Indonesia yang dinamakan “Obor Nusantara” diselenggarakan. Acara ini diikuti sejumlah perwakilan Karang Taruna se-Indonesia yang melakukan Kirab Obor Nusantara dari Sabang sampai Merauke. Kirab Obor Nusantara itu dimulai dari Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) dan pada tanggal 26 Agustus 2008 tiba di Banten melalui Pelabuhan Merak. Dalam tim kirab tersebut, Andika termasuk salah satu orang yang ikut dalam Kirab tersebut. Sejak saat itu Andika selalu dikenalkan kepada masyarakat Banten dalam setiap acara-acara yang berhubungan dengan kepemudaan. Bisa dibbilang sejak saat itu, Andika mulai dipromosikan untuk disiapkan dalam pemilihan umum Legislatif di 2009.

“Untuk Banten itu dipilih oleh stakeholder dan pemerintah itu ketuanya Andika Hazrumy dan saya diminta jadi sekretarisnya pada waktu itu. Itu momentum pertamanya. Artinya dari situ juga proses memperkenalkan seorang andika hazrumy sudah mulai kita lakukan. Estafetnya langsung ke calon DPD – RI” (wawancara dengan Gatot Yan, 18 Oktober 2016).

Pada persiapan pemilihan di DPD-RI tahun 2009, tingkat kepopuleran yang harus diraih cukup banyak mengingat dapil yang termasuk dalam lingkup ini adalah seluruh Banten. Andika harus meraih suara dari ratusan kecamatan yang ada di Banten. pada saat itu tercatat ada 154 kecamatan yang ada di dalam lingkup provinsi Banten.

“... Satu juga yang menarik ini, pada saat calon DPD-RI mungkin itu fase yang paling pertama bagaimana dia memperkenalkan diri, dan proses politik yang dia lalui

yang saya mengikuti langsung soalnya pada waktu itu, itu keluarga menekan kan Karena DPD-RI ini, skup pemilihannya adalah seluruh provinsi, maka pada waktu itu AA (Panggilan Andika Hazrumy) wajib hukumnyadalam fase proses kampanyenya itu mengunjungi, berinteraksi di tiap kecamatan, 154 kecamatan pada waktu itu ya, itu kita kunjungi. Itu memang benar-benar fase yang memang bener-bener dijalani.” (wawancara dengan Gatot Yan, 18 Oktober 2016).

Seperti yang dikatakan oleh Rogers dan Storey, Kampanye lewat media akan lebih meraih keberhasilan bila disertai dengan penyebaran personel kampanye untuk menindaklanjuti secara interpersonal. Hal ini dimaksimalkan agar masyarakat merasa diperhatikan oleh calon Anggota Legislatif dan berakibat langsung menjadi pendukungnya. Dalam masa kampanye Andika sebagai calon anggota legislatif berusaha untuk selalu mendatangi tiap daerah.

Di 2009 saat situasi masih kondusif, Andika memperkenalkan dirinya kepada masyarakat Banten dengan menghadiri 154 kecamatan yang ada di Banten, saat itu memang dikenalkan untuk pemilihan DPD-RI yang wilayahnya adalah seluruh Banten. Di 2014 ini, karena situasi serba keterbatasan, Andika dan tetap mendatangi pendukungnya, hanya saja kali ini lebih efisien. Terbatasnya waktu, dana dan keadaan yang kurang kondusif menyebabkan berkurangnya intensitas mereka ke lapangan. Banyak acara pertemuan dengan warga yang akhirnya harus digabung agar memangkas waktu dan biaya. Agar jauh lebih efektif, tim pemenangan Andika menggunakan jejaring Karang Tarunanya untuk membantu mengakomodir program penyampaian kampanye kepada masyarakat sekitar. Jejaring Karang Taruna bersama dengan RBB atau jaringan keluarga tetap memperkuat keterpilihan mereka di daerahnya masing masing.

...Ya Habis gimana, paling kita yang melakukan efisiensi aja, dengan kondisi seperti itu tentunya manajemen anggaran ini kan ga bisa lagi seperti di 2012 pilgub atau di pemilihan DPD AA pertama gitu. Nah mengefisiensikannya yaitu dengan cara memanage kegiatan tadi, ada beberapa kegiatan yang memang pada waktu itu, kalau dulu-dulu satu kita gabung-gabung...

..Ya ada juga, tapi tidak kita tinggalkan, paling engga kita reschedule saja, kita reschedhule. Kalau dulu kan harus ke komunitas, misalnya gini.. apa ya... majelis taklim A ya nanti kita bikin aja mereka jadi satu..(wawancara dengan Gatot Yan, 18 Oktober 2016)

Keterbatasan yang ada tidak menghalangi datangnya Andika untuk datang menghampiri warga yang akan diwakilinya. Bagaimanapun Andika akan menjadi wakil rakyat Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang untuk DPR RI. Andika harus mendengarkan suara rakyat yang diwakilinya, oleh karena itu Andika dan Tim pemenangannya mengefektifkan jejaring pemuda lewat Karang Taruna. Dengan keterbatasan yang ada, Andika dan Tim mengupayakan untuk datang menemui warganya walaupun harus digabung agar bisa mendapat kesempatan menghampiri warga yang akan memilihnya untuk dijadikan wakil aspirasi mereka.

Pergeseran psikologi politis di kalangan masyarakat juga semakin dinamis. Saat ini hirarki dalam keluarga lebih bergeser karena perubahan perolehan sumber pengetahuan yang makin mudah diakses oleh anak-anak. Saat ini anak-anak cenderung lebih memahami

kejadian atau perkembangan yang ada di sekitar melalui media sosial. Pergeseran ini pada akhirnya membuat orangtuanya lebih mengikuti saran seorang anak yang notabene lebih mengetahui perkembangan disekitarnya. Hal ini membuat Tim pemenangan keluarga juga memanfaatkan momentum ini. Para pemuda semakin didekati dan dipengaruhi hingga pada tingkat loyalitasnya tinggi. Aktivitas perekrutan diambil pada saat pemuda sudah mendukung penuh pada organisasi kepemudaan seperti Karang Taruna. Loyalitas ini yang pada akhirnya akan membawa orangtua atau keluarganya juga ikut mendukung anaknya tampil dalam kancah perpolitikan gaya anak muda.

...Kalau menurut saya ya, sebenarnya perubahan psikopolitis masyarakat itu pergeserannya, mungkin sejak orde reformasi kalau saya lihat sih, sejak orde reformasi, anak muda lebih banyak dianggap sebagai kiblat oleh orangtuanya, khususnya di kampung kampung. Kita bayangin gini deh kang, kita pernah masa kecil dulu kalau untuk urusan-urusan gitu kalau orang tua udah bilang hey kesini, kita anak kecil ngikut, tapi sekarang berubah. Kenapa? Karena pendidikan, ...orangtua malah sekarang lebih percaya sama omongan anak muda, bener ga?.....nah kecenderungan itulah sekarang yang kita manfaatkan dalam rekrutmen jaringan, baik untuk RBB maupun untuk Karang Taruna. Jadi kalau dulu orang ngambil tokoh-tokoh, sekarang kita ngambil anaknya tokoh. Iya, anaknya tokoh, sekarang aja yang kita mainkan itu... kalau anaknya tokoh karena dia muda, karena dia sudah lebih bergaul juga, kita bisa masuk ke dia tapi juga tidak membuang suara ketokohnya... ..(wawancara dengan Gatot Yan, 18 Oktober 2016)

PENUTUP

Karakter Strategi kampanye yang dilakukan oleh Tim pemenangan Andika Hazrumy pada 2014 secara umum merupakan strategi yang biasa dilakukan oleh keluarganya. Andika memanfaatkan Jejaring yang sudah dibentuk sejak awal keluarganya berkiprah di politik yang memanfaatkan organisasi Jawara. Kelebihan Andika dibanding kandidat lain adalah kekuatannya dalam memobilisasi pemuda Banten dengan organisasi kepemudaannya.

Kiprah pemuda yang dibawahinya sejak 2007 membuat Andika dan Tim Pemenangannya sukses melewati dua periode pemilihan calon anggota legislatif yaitu pada tahun 2009 dan 2014. Dalam perjuangannya di 2017 ini sebagai calon wakil Gubernur bersama Wahidin Halim, tentu saja kekuatan dua Jejaring ini, Pemuda lewat Karang Taruna dan Jawara lewat Relawan Banten Bersatu akan terus menjadi senjata yang sangat efektif untuk memobilisasi suara masyarakat.

Tim Pemenangan tentu saja melakukan pendekatan yang sifatnya strategis kepada masyarakat dengan menggunakan jaringan organisasi dan jaringan keluarga yang mereka miliki untuk pemilihan kepala daerah 2017 mendatang. Tim Pemenangan akan menyebarkan Pesan-pesan kampanyenya berupa program program yang sesuai dengan khalayak yang sedang dikunjungi dibantu oleh peran jejaring Pemuda dan Jawara.

Dengan strategi kampanye yang tepat dan jaringan yang kuat, walaupun keluarga dari para calon anggota legislatif ini sedang mendapatkan musibah yang sangat mengancam keterpilihannya pada pemilihan anggota legislatif lalu, namun kekuatan kampanye dan jaringannya ini dapat mengumpulkan massa yang cukup besar untuk mensyahkan keterpilihan mereka sebagai wakil dari masyarakat yang ada di dalam daerah pemilihannya.

Dan bukan tidak mungkin strategi ini akan terus digunakan oleh keluarga untuk pemilihan-pemilihan Kepala Daerah dan atau Calon Anggota Legislatif pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Rogers, Everet M, Store, J. Douglas, 1987 *Communication Champaigns – Handbook Of Communication Science*. United States of America, SAGE Publications, Inc.

Venus, Antar, 2009, *Manajemen Kampanye*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media.

Facal, Gabriel. 2014, *Hyper-centralization of political power and fragmentation of local authority networks in Banten (Indonesia)*, Working Paper no.10. Intitute of Asian Studies, Universiti Brunei Darussalam.

Hamid, Abdul. 2014. *A Family Matter: Political Corruption in Banten, Indonesia*. Asian Politics and Policy. Volume 6 Issue 4, pp.577-593.

Okamoto Masaaki and Abdul Hamid. *Jawara in Power, 1999-2007*. Indonesia, Volume 86 (October 2008), pp. 109–138.

Witantra, Ari, 2016. *Strategi Kampanye Dinasti Banten*, Tesis, Universitas Sebelas Maret.

KEBIJAKAN LEMBAGA PENYIARAN LOKAL JAWA BARAT DALAM PENGELOLAAN PROGRAM SIARAN PEMILIHAN GUBERNUR TAHUN 2013

¹DADANG RAHMAT HIDAYAT, ²HENNY SRI MULYANI R

³ACHMAD ABDUL BASITH

Fakultas Ilmu Komunikasi – Universitas Padjadjaran

(alamat)

²hennysrimulyani@gmail.com

ABSTRAK

Pada masa kampanye pemilu anggota legislatif, presiden dan kepala daerah (pemilukada), media massa bersiap untuk menjadi saluran yang digunakan para peserta Pemilu dalam berlomba mempengaruhi masyarakat. Fenomena yang biasa terjadi ini menjadi menarik karena banyak terjadi media massa tidak mampu menjaga independensinya sebagai lembaga yang netral.

Penelitian ini bermaksud untuk melihat fenomena penyelenggaraan program siaran pada lembaga penyiaran lokal di beberapa kota Jawa Barat dengan tujuan untuk melihat kebijakan program siaran Pemilu dalam pemilukada Gubernur Jawa Barat tahun 2013. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar lembaga penyiaran berorientasi pada kepentingan bisnis dengan menggunakan slot yang ada, lembaga penyiaran digunakan sebagai saluran sosialisasi, kampanye dan beriklan secara proporsional, seimbang dan tidak berpihak, tidak ada pelanggaran terhadap ketentuan yang ada (P3SPS dan Kode etik jurnalistik) dan umumnya memberikan kesempatan beriklan sama untuk semua kandidat namun pada akhirnya tergantung pada potensi dan kekuatan finansial masing-masing kandidatlah yang menentukan.

Kata Kunci : *lembaga penyiaran, pemilukada, slot program siaran*

PENDAHULUAN

Media massa adalah salah satu sarana yang penting dalam proses komunikasi politik dalam fungsi sosialisasi dan edukasi politik bagi berbagai suprastruktur maupun infrastruktur sistem politik dimana pun. Peranan dan pengaruh media massa tidak dapat diabaikan oleh karena itu banyak dimanfaatkan, saat ini yang dipandang strategis adalah media penyiaran.

Saat ini hampir setiap keluarga di Indonesia memiliki radio dan televisi sehingga dapat dijadikan potensi penyampaian berbagai pesan dan program termasuk pesan politik dari para aktor politik .

Dalam suasana kampanye politik di masa menjelang Pemilihan Umum, merupakan hal yang biasa apabila pihak-pihak yang berkepentingan mencoba mempengaruhi masyarakat melalui media massa dalam penelitian ini lembaga penyiaran.

Keputusan Komisi Pemilihan Umum No. 01 tahun 2013 Tentang Pedoman Pelaksanaan Kampanye Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan

Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Di dalam keputusannya, KPU mengatur tentang pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye merupakan penyampaian pesan-pesan kampanye oleh peserta pemilu kepada masyarakat melalui media cetak dan elektronik secara berulang-ulang berbentuk tulisan, gambar, animasi, promosi, suara, peragaan, sandiwara, debat, dan bentuk lainnya yang berisi ajakan, himbuan untuk memberikan dukungan kepada peserta Pemilihan Umum.

Oleh karena itu keputusan tersebut memberi ruang besar kepada para peserta Pemilu untuk menggunakan media massa sebagai salah satu saluran berkampanye. Pengaturan seperti ini di satu sisi dapat memberikan pedoman tapi juga rawan terhadap penyalahgunaan media massa, seperti promosi di mana biaya promosi dibebankan kepada peserta pemilu. Poin tersebut memungkinkan peserta pemilu untuk membuat materi siaran yang sangat dominan dan membeli kesempatan siarannya dengan uang yang cukup besar. Ini membuka kemungkinan media massa yang memprioritaskan keuntungan bisnis untuk menjadikan kampanye politik pihak tertentu sebagai bagian program siarannya yang dominan.

Isu ini dianggap mendesak (*urgent*) mengingat Indonesia di tahun 2014 menghadapi dua buah Pemilu yang sangat penting, yaitu Pemilu Presiden RI dan Pemilu Legislatif dan beberapa pemilukada. Penting untuk diteliti bagaimana media massa penyiaran bersikap dan berperilaku disaat suasana penuh dengan potensi konflik ini.

Dinamika penyelenggaraan penyiaran yang berkaitan dengan program siaran pemilu akan meliputi berbagai aspek yaitu dinamika yang terkait dengan lembaga penyiaran maupun dinamika internal dalam lembaga penyiaran tersebut. Penyelenggaraan penyiaran merupakan ranah media yang mensyaratkan berbagai norma atau aturan yang relatif ketat dibandingkan dengan penyelenggaraan media massa lainnya, karena penyelenggaraan penyiaran menggunakan frekuensi sebagai ranah publik. Dapat dikatakan bahwa penyelenggaraan penyiaran dikawal oleh aturan yang harus menjamin bahwa penyelenggaraan penyiaran memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi publik itu sendiri.

Jumlah penduduk Provinsi Jawa Barat adalah sebanyak 43.053.732 jiwa yang mencakup mereka yang bertempat tinggal di daerah perkotaan sebanyak 28.282.915 jiwa (65,69 persen) dan di daerah perdesaan sebanyak 14.770.817 jiwa (34,31 persen) dan 32.536.980 orang yang punya hak pilih pada Pilgub Jabar 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang kebijakan lembaga penyiaran dalam menyelenggarakan siaran yang berkaitan dengan pemilu, khususnya pemilukada di Jawa Barat. Diharapkan akan diketahui berbagai aspek dalam penyelenggaraan penyiaran pemilu ini, seperti regulasi yang relevan serta kebijakan lembaga penyiaran dalam mengimplementasikan regulasi tersebut

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil berupa kajian deskriptif. Penelitian akan dilakukan terhadap objek penelitian berupa lembaga penyiaran lokal di Jawa Barat, lembaga penyiaran yang dimaksud adalah radio siaran dan televisi dengan konten berita cukup banyak.

Media massa penyiaran yang akan diteliti pada penelitian ini difokuskan kepada lembaga penyiaran radio dan televisi lokal di Jawa Barat dengan memperhatikan 5 wilayah pembangunan dan Bandung, adapun lembaga penyiaran tersebut adalah sebagai berikut:

- Bandung : BandungTV, PJTV, RADIO LITA DAN RADIO PRFM
- Cirebon : Cirebon TV dan Maritim FM
- Purwakarta : Jatiluhur TV
- Bogor : Megaswara TV dan Radio Lesmana
- Sumedang : ParTV dan Radio Jusyan

Data akan diperoleh melalui beberapa tahap dengan perincian sebagai berikut:

1. Observasi : Untuk mengetahui seperti apa lembaga penyiaran melakukan kegiatan di masa Pemilukada Gubernur Jawa Barat tahun 2013 khususnya akan dilakukan observasi atau pengamatan terhadap lembaga penyiaran terpilih di beberapa kota di Jawa Barat. Melalui pengamatan tersebut, peneliti akan menemukan ada tidaknya kelemahan kinerja siaran yang berujung pada objektifitas lembaga penyiaran serta sumber.
2. Untuk memperkuat hasil temuan deskriptif dan analisisnya, akan dilakukan wawancara mendalam terhadap penanggungjawab siaran atau produser program Pemilu di setiap media penyiaran.
3. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperkuat analisis hasil pengumpulan data lapangan melalui teori, konsep yang relevan yang terdapat dalam berbagai media cetak, buku, jurnal Ilmu Komunikasi atau Jurnalistik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pemilihan umum Gubernur Jawa Barat 2013 dilaksanakan pada tanggal [24 Februari 2013](#) untuk memilih [Gubernur Jawa Barat](#) periode 2013–2018. Terdapat lima pasang kandidat yang bersaing dalam pemilihan umum ini, yaitu Dikdik Mulyana Arief Mansur dan Cecep Nana Suryana Toyib yang berlaga secara independen; Irianto MS Syafiuddin dan Tatang Farhanul dari Partai Golkar; Dede Yusuf dan Lex Laksamana yang diusung oleh Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional (PAN) dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB); [Ahmad Heryawan](#) dan [Deddy Mizwar](#) yang diusung oleh [Partai Keadilan Sejahtera](#) (PKS), [Partai Persatuan Pembangunan](#) (PPP), dan [Partai Hati Nurani Rakyat](#) (Hanura); dan [Rieke Diah Pitaloka](#) dan [Teten Masduki](#) yang diusung oleh [Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan](#) (PDIP).

Media penyiaran mempunyai peranan dan pengaruh dalam penyelenggaraan pemilu sebagai media komunikasi politik untuk memperoleh apresiasi politik bagi kepentingan aktor-aktor politik dalam pemilu tersebut. Hampir dapat dipastikan bahwa dalam dinamika pemilu akan ada keterlibatan media komunikasi politik dalam berbagai dimensi dan tingkatannya.

Kebijakan Umum Lembaga Penyiaran

Lembaga penyiaran menyiapkan sejumlah langkah strategis dalam pengembangan program siaran. Selain membekali diri dengan aturan-aturan yang relevan, lembaga penyiaran juga mengembangkan berbagai jurus untuk mengembangkan kreativitas program khususnya untuk menggaet kerja sama iklan.

Momen pemilihan kepala daerah mendorong para pengelola lembaga penyiaran televisi dan radio untuk mengembangkan program siarannya. Pengembangan program tidak hanya untuk menyesuaikan kebutuhan khalayak akan informasi seputar pemilihan melainkan juga untuk mengkomodir kebutuhan para kandidat dalam menyosialisasikan diri.

Menghadapi masa Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat, beberapa Lembaga Penyiaran (LP) di Jawa Barat bereaksi, khususnya orientasi pada bisnis dan konten siaran. Bagi lembaga penyiaran event pemilu layaknya “masa panen” iklan maka menyikapinya dengan antusias membuat program siaran yang memungkinkan untuk dapat sponsor. Ada pula yang sengaja membuat program khusus karena kebutuhan isi siaran, sebab LP nya memiliki program berita atau bahkan LP Berita, karena menurut pengelola LP tersebut, pemilukada sudah menjadi hajat bagi semua orang dan menyita perhatian masyarakat banyak sehingga untuk menarik perhatian masyarakat, mereka sengaja menyajikan siaran tentang pemilukada, bahkan beberapa LP membuat program siaran rutin mingguan dan harian.

Lembaga Penyiaran di Kota Bandung

Di Bandung sebagai ibu kota provinsi, sejumlah kandidat pasangan calon, melalui tim suksesnya cukup gencar dalam melakukan sosialisasi. Selain jumlah penduduk yang cukup besar, Bandung memang menjadi tolak ukur hasil pemilihan di Jawa Barat. Gencarnya upaya sosialisasi yang ditunjukkan oleh para calon melalui media massa, baik cetak maupun elektronik.

Seperti di radio PRFM Bandung misalnya, sejumlah pasangan calon rela mengeluarkan budget cukup besar. Pasangan Ahmad Heryawan dan Dedy Mizwar bahkan memasang berbagai jenis paket iklan yang ada di PRFM, mulai dari Spot Iklan, Time Signal, Talkshow, hingga menyponsori insert program. Menariknya, mereka yang memasang iklan paling besar di PRFM, juga menjadi peraih suara tertinggi dalam pemilu. Urutan pertama pemasang iklan adalah Aher Dey Mizwar, kedua Rieke Diah Pitaloka dan Teten Masduki. Dalam hasil pemilihan pun dua pasangan ini juga berurutan mendapatkan suara terbanyak.

Tak hanya PRFM, di media radio lain seperti Lita FM Bandung, kemudian PJTV dan Bandung TV mereka juga sengaja menyiapkan program khusus untuk memfasilitasi banyaknya permintaan dari pasangan calon untuk sosialisasi. Selain kebutuhan konten program, sinyal ini akhirnya mereka akomodir demi kebutuhan pendapatan iklan media massa. Bandung TV mengemasnya dalam program “Menuju Pakuan” sementara PJTV mengemasnya ke dalam program “Jabar Memilih”

Pola siaran ada yang sengaja membuat program khusus baik berupa siaran talkshow maupun program berita, tapi pada umumnya menyisipkan siaran pemilu pada program reguler yang sudah ada. Contohnya di Lita FM Bandung, untuk info pemilu masuk pada program “Info Lita” yang disiarkan setiap pagi, biasanya berisi laporan-laporan tentang informasi terkini sesuai dengan segmentasi pendengarnya.

Pola siaran lain ada yang membuat program baru khusus pemilukada Jawa Barat dan juga menyisipkan informasi-informasi pemilu ke program siaran yang sudah ada sebelumnya. Seperti yang dilakukan oleh PJTV, mereka membuat program talkshow khusus minggu yang berjudul “Jabar Memilih” berisi tentang info dan perbincangan pemilukada Jawa Barat, selain itu juga menyajikan informasi tentang pemilu pada program siaran berita sore berdurasi 30 menit yang reguler ada di PJTV, baik dalam masa pemilukada maupun tidak.



Lembaga Penyiaran Kota Cirebon

Di Cirebon sebagian besar pemilik maupun pengelola media menjadikan medianya sebagai saluran pemilu, khususnya orientasi pada aspek bisnis. Mereka secara merata menawarkan kepada seluruh calon untuk memasang iklan atau mensponsori program yang sudah ada. Ada yang bergerak agresif dengan mendekati seluruh calon baik secara langsung kepada pribadi yang bersangkutan maupun melalui partai dan tim sukses. Namun ada pula yang hanya mengakomodir jika diminta, dan tidak terlalu agresif untuk mengejar pasangan calon agar beriklan. Hal tersebut ditunjukkan oleh Radio Maritim FM, yang mengaku bahwa siaran pemilu tidak terlalu menjadi fokusnya untuk disampaikan karena melihat segmentasi pendengarnya yang lebih meminati siaran music, namun mereka juga tetap menyajikan informasi ringan tentang siaran pilukada Jabar hanya bersifat siaran pendek (Insert) yang dikemas secara ringan.

Di daerah penjurur Timur Jawa Barat, Cirebon, para pemilik media tidak seperti di Bandung yang mendapatkan kue iklan dari Pemilukada Jabar 2013. Untuk Cirebon TV, mereka mengaku sudah menawarkan ke sejumlah tim sukses pasangan calon, namun pada akhirnya hanya tim sukses dari pasangan calon Yance -Tatang yang bersedia hadir. Sejumlah masyarakat sekitar menuturkan jika Cirebon TV memang identik dengan Golkar, karena sang pemilik merupakan ketua DPC Golkar Cirebon. Namun saat dikonfirmasi, pemilik Cirebon Tv membantahnya. Menurutnya sebagai media ia sudah berusaha netral dengan memberikan kesempatan yang sama pada pasangan calon. Hanya saja ketika yang bersedia hadir hanya dari tim sukses Yance Tatang yang diusung oleh partai Golkar, dirinya tak bisa berbuat apa-apa.

Lembaga Penyiaran Kota Bogor

Di Bogor agak berbeda dengan kota lain karena secara umum pengelola Lembaga Penyiaran (LP) melihat event pemilihan gubernur sebagai hajatan pemerintah provinsi dan masyarakat Bandung sehingga kurang mengakar ke masyarakat di kawasan Bogor. Respon pengelola lembaga penyiaran di Bogor terhadap masa pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat tergolong beragam, bagi mereka event pemilihan gubernur bukanlah “masa panen” iklan bagi lembaga penyiaran.

Pengelola lembaga penyiaran menilai tim sukses dan pengurus parpol daerah Bogor masih menitikberatkan pada kampanye luar ruangan sebagai ujung tombak sosialisasi kandidat gubernur dan wakil gubernur yang diusung. Alat peraga berupa spanduk, baligo ataupun selebaran masih menjadi andalan. Anggaran tim sukses untuk alat peraga pun ditengarai lebih besar daripada anggaran iklan di media massa.

Pengelola televisi Megaswara menyatakan bersikap netral dalam pemilihan gubernur Jabar. Secara politis dan bisnis, diakui tidak ada kaitan antara pengelola Megaswara TV dengan parpol maupun kandidat gubernur yang mengikuti Pemilihan gubernur 2013. Hal sama dinyatakan pengelola Lesmana FM. Bahkan, pengelola Lesmana FM menyiratkan seolah Pemilihan gubernur 2013 berada di luar ranah Lesmana FM. Radio yang bersegmentasikan anak muda dan keluarga ini dengan tegas menyatakan netral bahkan tidak terkait secara bisnis dan politis dengan tim sukses maupun parpol pengusung cagub/cawagub manapun.

Dalam hal iklan, meskipun seolah “jauh” dari hiruk pikuk pesta demokrasi Jabar, Megaswara TV mengantisipasi berlangsungnya masa pemilihan gubernur ini dengan menyiapkan paket iklan khusus pemilihan gubernur. Isi paket ini terdiri atas kombinasi spot iklan, segmen dalam program news atau bahkan kontrak iklan di TV dan radio Megaswara sebagai satu paket bersama.

Menurut tim marketing Megaswara TV ada kesulitan pemasaran paket iklan pemilihan gubernur ini. Menurut mereka, meskipun tim marketing mendeteksi sejak awal, namun dalam beberapa kasus tidak bisa langsung menghubungi sasaran tim sukses kampanye pemilihan gubernur. Ini terjadi akibat kesalahan contact person atau aspek teknis lain.

Strategi yang dilakukan tim marketing Megaswara TV yaitu dengan pendekatan yang dikembangkan tim dengan mendekati pengurus DPC parpol, lalu biasanya dikenalkan ke pengurus pusat. Strategi lainnya secara insidental tim sukses pusat yang langsung mengontak marketing. Strategi kedua ini terjadi setelah cagub/cawagub datang ke Bogor dan bertemu wartawan Megaswara TV yang tengah meliput. Kondisi ini menunjukkan tim sukses cagub/cawagub tidak memahami peta LP di tingkat kabupaten/kota.

Di lembaga penyiaran Megaswara TV ternyata pasangan Irianto MS Safiudin dan Tatang Farhanul Hakim merupakan pasangan cagub/cawagub dengan nilai kontrak iklan terbesar di Megaswara TV (nilai kontrak unggul sekitar 30% dari kandidat lain) diikuti oleh Ahmad Heryawan-Dedi Mizwar, Rieke Dyah Pitaloka-Teten Masduki dan Dede Yusuf- Lex Laksamana.

Sementara LP Lesmana FM mengaku tidak memiliki strategi khusus menyambut masa pemilihan gubernur 2013. Tidak ada satu kandidat pun yang ditawarkan paket iklan dan pada akhirnya iklan yang terkait pemilihan gubernur hanyalah iklan sosialisasi tahapan pemilihan gubernur versi KPUD Jabar. Iklan jenis ini adalah iklan sosialisasi berbentuk PSA berbayar dengan tarif pukul rata ditetapkan KPUD Jabar.

Dalam program News, Megaswara TV menekankan aspek netralitas pemberitaan meskipun memiliki kontrak iklan dengan cagub/cawagub. Penentuan sikap Megaswara menghadapi pemilihan gubernur: independensi, tanpa SARA, tolak saling menjelekkkan antarkandidat. Untuk menjaga hal ini, terdapat SOP bagi kru: sudah standar, tiap ada surat edaran KPI-KPU langsung sosialisasi internal Program pemilihan gubernur disisipkan dalam segmen “sorotan Redaksi” format buletin berita, itemnya terkait pemilihan gubernur disisipkan dalam program Reguler “Dinamika Bogor”. Berita yang disajikan secara umum saja, memantau terkait dengan KPU di level kota/kab Bogor, anggaran persiapan, setiap tahapan dipantau, diliput dalam bentuk pemberitaan fakta yang ada di Bogor.

Keberadaan tim khusus yang meliput kampanye cagub/cawagub memang ada namun karena padatnya jadwal kampanye cagub/cawagub, jumlah kunjungan mereka ke kawasan Bogor relatif terbatas sehingga keberadaan wartawan yang menjadi anggota tim khusus kampanye lebih sering menganggur. Tim khusus yang intensif bekerja terutama yang ditempatkan di liputan kegiatan pencoblosan presiden dan public figure Bogor, namun tim ini hanya bekerja di hari H pencoblosan.

Kesempatan sosialisasi program cagub/cawagub secara gratis dalam talkshow yang disisipkan dalam program news diakui pengelola LP Megaswara TV tidak ditawarkan secara khusus ke seluruh kandidat. Dari semua kandidat yang ada, hanya Rieke Dyah Pitaloka yang menjadi narasumber acara talkshow di Megaswara TV secara gratis, hal ini karena acara itu berlangsung kebetulan saat Rieke tengah berkunjung ke studio.

Pengelola LP Lesmana FM memaparkan tidak ada segmen ataupun program khusus terkait Pemilihan gubernur 2013. Informasi pemilihan gubernur disajikan dengan membacakan informasi dari media baru (internet) dan sebaran yang dikeluarkan KPUD Jabar ataupun KPUD Bogor.

Berkaitan dengan respon khalayak, kedua pengelola LP di Bogor yang menjadi objek penelitian ini mengakui khalayak relatif pasif dalam menyikapi pemilihan gubernur Jabar 2013. Pengelola LP Megaswara TV mengakui tidak ada protes, tidak ada permintaan apapun dari penonton terkait informasi yang disajikan. Bahkan secara terang-terangan antusiasme khalayak lebih terasa pada pemberitaan pilkades sampai Megaswara TV menyajikan program khusus liputan pilkades bertajuk “Hiruk Pikuk Pilkades”.

Pengelola LP Lesmana FM juga menyatakan hal yang sama. Minimnya informasi terkait pemilihan gubernur 2013 di radio ini ternyata tidak mendapat respon sama sekali dari khalayak. Tidak ada protes, permintaan ataupun respon lain terkait pemilihan gubernur 2013. Hal ini menjadikan pengelola LP Lesmana FM menyajikan info pemilihan gubernur sekedar selingan diantara informasi lain yang rutin disajikan.

Lembaga Penyiaran Kota Sumedang

Tak jauh berbeda, di Sumedang yang lokasinya tidak terlalu jauh dari Kota Bandung, pengelola media massa penyiaran yang diwawancarai oleh peneliti juga menerapkan kebijakan khusus saat menghadapi Pilkada. PAR TV dan Jusan FM mengaku berkoordinasi dengan lembaga-lembaga berwenang terkait penyiaran program Pemilukada Provinsi Jawa Barat tahun 2013 dengan menghadiri sosialisasi yang digelar KPU Provinsi maupun KPUD Jawa Barat. Selanjutnya dilakukan sosialisasi internal yang menjadi dasar dan pedoman pengembangan program siaran terkait Pemilukada. PAR dan Jusan FM menggunakan arahan sebagai pedoman menyeleksi dan mengevaluasi materi (khususnya iklan) yang datang dari tim sukses kandidat.

Lembaga Penyiaran Kota Purwakarta

Untuk Jatiluhur TV Purwakarta, juga memberikan kesempatan pada pasangan calon untuk dapat menggunakan *air time* yang mereka miliki sebagai media beriklan. Hasilnya mereka mendapatkan bagian iklan kampanye pemilukada Jabar, tetapi porsi tidak lebih besar. Karena berdasarkan keterangan narasumber, Jatiluhur TV tidak

menyiapkan program khusus, hanya saja program biasa yang biasa digunakan untuk siaran kriminal, diganti bumper in dan bumper out programnya saja

Mereka sudah mencoba menawarkan ke semua pasangan calon, hanya saja dari target meraup penghasilan minimal 10 juta dari setiap pasangan calon tidak dapat terpenuhi. Menurutnya, karena tak banyak pasangan calon yang jor-joran berkampanye di daerah ini, namun tercatat pasangan Yance yang sudah dari jauh hari beriklan di Jatiluhur TV, sementara pasangan Aher baru tiga bulan sebelumnya. Jadi hanya dua pasangan tersebut yang beriklan di Jatiluhur TV.

Secara umum, kebijakan lembaga penyiaran yang berkaitan dengan program siaran pemilukada Gubernur Jawa Barat adalah sebagai berikut:

- a. Beberapa lembaga penyiaran membuat kebijakan khusus, namun sebagian besar tidak dan kebijakan tersebut diwujudkan dalam bentuk program siaran.
- b. Program siaran yang berkaitan dengan siaran pemilukada Gubernur diwujudkan dalam program news dan iklan, baik yang dibuat khusus maupun tidak.
- c. Porsi frekuensi dan durasi dilakukan secara seimbang sesuai dengan ketentuan. Jika akhirnya tidak seimbang antara lain disebabkan masalah teknis dan kesempatan para kandidat serta pemanfaatan alokasi iklan berdasar anggaran masing-masing kandidat.
- d. Beberapa lembaga penyiaran berkoordinasi dengan lembaga-lembaga berwenang terkait penyiaran program Pemilukada Provinsi Jawa barat tahun 2013 dengan menghadiri sosialisasi yang digelar KPU Provinsi maupun KPID Jawa Barat. Selanjutnya dilakukan sosialisasi internal yang menjadi dasar dan pedoman pengembangan program siaran terkait Pemilukada.
- e. Beberapa Lembaga penyiaran menyeleksi dan mengevaluasi materi (khususnya iklan) yang datang dari tim sukses kandidat.

Mengacu kepada fenomena yang telah disampaikan, maka kecenderungan lembaga penyiaran dalam penyelenggaraan program siaran pemilihan gubernur Jawa Barat sebagai berikut:

- a) Kecenderungan lembaga penyiaran digunakan oleh pemilik untuk menjadi saluran pemilukada gubernur Jawa Barat. sebagian besar berorientasi kepada kepentingan bisnis dengan menggunakan slot yang ada bagi sarana kampanye calon calon.
- b) Penggunaan lainnya adalah untuk menjadikan lembaga penyiaran masing-masing sebagai media yang dianggap turut serta dalam pilkada gubernur Jawa Barat oleh audience/ masyarakat.
- c) Lembaga penyiaran yang digunakan bagi saluran sosialisasi, kampanye, dan iklan digunakan secara proporsional, seimbang, dan tidak berpihak secara mencolok atau terbuka. artinya, ada juga lembaga penyiaran yang dinilai secara personal (pemilik/pengelola) berpihak atau mempunyai kedekatan kepada salah satu calon namun tidak terlalu tampak dalam program siaran (kasus Cirebon tv dan Lita FM)
- d) Meski tidak berpatokan kepada ketentuan tentang penyelenggaraan pemilukada di lembaga penyiaran dapat dikatakan tidak ada pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan yang ada (P3SPS KPI dan Kode Etik Jurnalistik).
- e) Ada sebagian masyarakat yang menilai lembaga penyiaran mempunyai kecenderungan keberpihakan setelah menyaksikan atau mendengar lembaga

penyiaran tertentu karena porsi durasi dan frekuensi calon tertentu lebih daripada yang lainnya.

- f) Umumnya lembaga penyiaran memberikan kesempatan beriklan yang sama kepada semua kandidat. namun pada akhirnya potensi dan kekuatan finansial masing-masing kandidatlah yang menentukan. sementara ini lembaga penyiaran beranggapan memberi kesempatan yang sama sebagai memberi penawaran paket iklan dengan *pricelist* yang serupa.
- g) Animo masyarakat setempat lebih tinggi pada ajang pemilihan kepala daerah lokal. di Sumedang misalnya. tahapan pemilukada provinsi bersamaan waktunya dengan pemilihan pasangan bupati dan wakil bupati Kabupaten Sumedang. bahkan hari pemilihan berlangsung di hari yang sama. hal ini berimbas pada lembaga penyiaran yang lebih fokus pada penyiaran informasi seputar detail kegiatan pemungutan suara bagi cabup dan cawabup ketimbang cagub dan cawagub.
- h) Keberpihakan atau kecenderungan pemberian kesempatan yang berbeda kepada kandidat dapat dipengaruhi juga oleh orientasi, kedekatan dan kepentingan pemilik dan atau pengelola lembaga penyiaran bersangkutan
- i) Lembaga penyiaran di Jawa Barat dapat menjaga situasi kondusif di tengah potensi konflik dalam pemilihan Gubernur Jawa Barat 2013. Meski bukan penerapan dari Jurnalisme damai, namun relatif sudah mempertimbangkan dampak program siaran yang dapat menimbulkan sengketa atau konflik di tengah-tengah masyarakat.

PENUTUP

Simpulan

Penggunaan lembaga penyiaran untuk kepentingan pemilu sudah diatur dalam berbagai aturan penyiaran dari KPI dan KPU. Aturan tersebut perlu diketahui dan dilaksanakan oleh penyelenggara penyiaran.

Penyikapan dan kebijakan lembaga penyiaran di Jawa Barat terhadap pemilihan gubernur Jawa Barat sebagian ditunjukkan melalui program siaran, baik yang dirancang secara khusus maupun bersamaan dengan program-program siaran yang sudah ada. Bentuk program siaran berupa program siaran berita, talkshow dan iklan.

Saran

Perlu adanya sosialisasi kepada lembaga penyiaran dikarenakan ada dugaan beberapa lembaga penyiaran tidak menyelenggarakan program siaran sesuai ketentuan. Ada kemungkinan bahwa ketidakpautuhan atau ketidaksesuaian karena belum tersosialisasikannya berbagai aturan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah. 2004. "Radio Meliput Pemilu 2004" dalam *Radio dan Pemilu 2004*. Friedrich Naumann-Stiftung .

Jonathan, Errol. 2004. "Manajemen Penyiaran Pemilu 2004 di Radio" dalam *Radio dan Pemilu 2004*. Friedrich Naumann-Stiftung

- Kovach, Bill and Tom Rosenthal, 2001, *The Elements Of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, New York: Crown Publisher
- Lindlof, Thomas R. 1995. *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication Inc.
- McQuaill, D, 1987, *Mass Communication Theory*, London: Sage Publication Inc
- Muhadjir, Prof. Dr. H. Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Notosusanto, Smita. 2004. "Sistem Pemilu 2004" dalam *Radio dan Pemilu 2004*. Friedrich Naumann-Stiftung
- Sudibyo, Agus. 2001. *Kabar-Kabar Kebencian*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi (ISAI)
- Syahputra, Iswandi. 2006. *Jurnalisme Damai (Meretas Ideologi Peliputan di Area Konflik)*. Jakarta: P_Idea

Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran

Undang-undang No 8 tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

Peraturan KPI No. 01/P/KPI/03/2012 tahun 2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran
Peraturan KPI No. 02/P/KPI/03/2012 tahun 2012 tentang Standar Program Siaran

Peraturan Dewan Pers Nomor: 6/Peraturan-Dp/V/2008 Tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/Sk-Dp/Iii/2006 Tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers

Peraturan KPU No. 01 tahun 2013 tentang 2013 Tentang Pedoman Pelaksanaan Kampanye Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

**PENGABAIAN ISU KESEHATAN JIWA DALAM PEMBERITAAN
KASUS-KASUS NABI BARU DI INDONESIA**
**Studi Kasus Intrinsik Pemberitaan Nabi Baru di Media Massa
Dalam Jaringan Di Indonesia**

¹HERLINA AGUSTIN, ²DADANG RAHMAT HIDAYAT

Program Studi Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Alamat: ¹h.agustin@unpad.ac.id, ²dadang.rahmat@unpad.ac.id

ABSTRAK

Bagi masyarakat Indonesia, agama merupakan hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Ada 6 agama resmi yang diakui pemerintah Indonesia, yaitu Islam, Kristen Katolik, Protestan, Hindu, Budha, dan Khonghucu. Dalam Islam, Muhammad adalah nabi terakhir sehingga jika ada yang mengaku nabi baru tentu dianggap sebagai fenomena yang tidak biasa yang menarik perhatian umat Islam dan juga media massa. Karena beririsan dengan agama, media massa cenderung memberitakannya hanya dari pendekatan agama saja, padahal ada aspek lain yang bisa dilihat dari kasus ini.

Riset ini menggunakan pendekatan studi kasus intrinsik dari Stakes untuk mengetahui bagaimana pemberitaan nabi baru di media massa dalam jaringan dari sudut penggunaan Bahasa dan perspektif media. Data dikumpulkan dari 10 media massa sejak 2013 hingga 2016. Berita dipilih dari media massa yang paling banyak dilihat pada isu tersebut.

Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan pendekatan nilai berita, elemen jurnalisme dan kesehatan jiwa. Hasil penelitian ini menemukan bahwa media massa hanya memiliki sedikit perspektif saja, yaitu agama dan kriminal. Padahal sudut pandang kesehatan jiwa menjadi salah satu hal penting yang seharusnya digali lebih dalam oleh media massa.

Pemberitaan yang berperspektif agama dan kriminal dapat menggiring khalayak untuk merundung sang nabi yang pada akhirnya dapat menimbulkan depresi lebih lanjut. Media massa disarankan untuk lebih bijak mencari perspektif dan tidak hanya mencari sensasi untuk kepentingan bisnis.

Kata Kunci : *Media massa dalam jaringan, Kesehatan Jiwa, Nabi, Agama, Kriminal*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, masalah agama dan ketuhanan adalah hal yang sangat mendasar. Sedemikian pentingnya agama dan ketuhanan, sehingga negara ini mengukuhkannya pada dasar negara yaitu Pancasila di sila pertama. Agama menjadi pedoman bagi seluruh kehidupan kita, sehingga jika ada orang yang memberi kritik terhadap agama tertentu, penganutnya akan bereaksi keras.

Setiap agama memiliki nabi atau orang yang menjadi tokoh, sang pembawa pesan dari Tuhan untuk menyebarkan ajaran yang memberi kebaikan dalam hidup. Bagi orang-orang Kristen, Yesus atau Isa adalah nabi terakhir yang dikirimkan Tuhan. Dalam Islam, Muhammad adalah nabi dan rasul terakhir. Setelah mereka maka tak ada lagi nabi dan rasul yang baru.

Pada Februari 2016, dunia ulama Indonesia dikejutkan oleh kehadiran seorang laki-laki yang bernama Gus Jari yang mengaku sebagai Nabi Isa. Gus Jari, berasal dari Jombang Jawa Timur, mengaku dirinya sebagai nabi dan membangun sebuah sekolah asrama bagi para pengikutnya. Dia bersaksi bahwa ia telah mendengar bisikan yang memanggilnya sebagai Nabi Isa. Isa adalah nabi Islam, yang dikenal dalam agama Kristen sebagai Yesus. Sebelum Gus Jari, ada beberapa orang yang juga mengaku dirinya sebagai nabi.

Kisah-kisah para nabi baru telah diterbitkan sebagai berita sensasional oleh media, yang berpikir bahwa satu-satunya alasan apa yang orang-orang lakukan adalah penodaan agama.

Ketidakteitian media dalam melaporkan isu sensitif ini telah membawa faktor utama dalam karakter pesan yang disampaikan. pemahaman yang buruk tentang wartawan yang tidak sepenuhnya memahami fenomena ini telah membuat berita cenderung menciptakan opini yang lebih merusak dan mengganggu. Jurnalis cenderung memberitakan informasi yang sensasional, unik dan berfokus pada perilaku keliru terhadap agama-agama yang dilakukan oleh para nabi baru tanpa memberitakan perspektif lain seperti aspek psikologis, aspek kesehatan, aspek budaya, atau latar belakang individu. Akibatnya, sebagian besar pembaca akan berpikir bahwa fenomena ini adalah semata-mata berkaitan dengan agama. Dari komentar di bawah berita kita bisa membaca bahwa pembaca sedang mempertimbangkan mereka sebagai orang yang gila, ingin menjadi terkenal, membutuhkan lebih banyak piknik, penjahat atau penipu.

Dari perspektif nilai-nilai berita, informasi tentang orang-nabi baru dikategorikan sangat penting karena hubungannya dengan agama. Bagi orang Indonesia, agama adalah nilai dasar dalam kehidupan sehari-hari mereka. Agama di Indonesia dikelola oleh Departemen Agama.

Ada enam agama resmi di Indonesia, yaitu Islam, Katolik, Protestan (Kristen), Hindu, Buddha dan Khonghucu. Agama dianggap sebagai unsur yang sangat penting dalam masyarakat. Sebagian besar masalah politik, budaya, dan ekonomi menggunakan pendekatan agama dalam pengambilan keputusan di berbagai bidang kehidupan.

Dalam hal isu nabi baru, kita benar-benar harus melihatnya dari sudut pandang yang berbeda. Di kebanyakan kasus, orang yang mengaku sebagai nabi bersaksi bahwa mereka mendengar bisikan dari Allah. Beberapa orang lain mengaku memiliki penampakan malaikat, jin, dan bahkan Nabi Muhammad. Fenomena ini sebenarnya bisa dilihat sebagai gejala gangguan fisiologis dari perspektif medis. Hal ini dapat diasumsikan bahwa orang-orang yang lepas dari kenyataan, yang dapat dikategorikan sebagai psikosis. Boleh dibilang, tidak adil untuk menilai orang-orang yang memiliki penyakit mental dengan menggunakan aspek pidana. Memang ada beberapa orang yang mungkin melakukan kejahatan atau penipuan, seperti kasus Gatot Brajamusti misalnya. Gatot pernah mengklaim dirinya sebagai Nabi Sulaiman (Sulaiman) untuk menipu beberapa wanita dan mengambil beberapa uang dari mereka. Tapi untuk orang lain dengan kondisi mental khusus, penilaian ini akan membuat mereka lebih tertekan atau frustrasi, karena mereka benar-benar percaya bahwa mereka mendengar beberapa suara, melihat beberapa penglihatan, dan harus melakukan apa yang ada dalam pikiran mereka.

Jantung media massa adalah karya jurnalistik. Secara umum, penerbitan karya jurnalistik ditentukan oleh pedoman dasar tertentu, yang disebut-nilai berita dan

penghakiman berita. Gerald Lanson dan Mitchell Stephens, penulis *Menulis dan Pelaporan News* (1994 seperti dikutip dalam *Nilai Berita*), menekankan penilaian sebelas harus dilakukan ketika mengevaluasi nilai beritanya, yaitu:

- Dampak, efek terbesar dari acara pada penonton yang paling layak diberitakan.
- Berat, makna dari suatu fakta atau peristiwa tertentu dibandingkan dengan yang lain.
- Kontroversi, di mana nilai berita yang dibangkitkan oleh berbagai opini, argumentasi, biaya, gugatan balik atau perselisihan.
- Emosi, bagaimana berita mempromosikan kepentingan manusia yang menyentuh emosi pembaca
- The Unusual, keanehan yang menantang peristiwa umum, seperti yang digambarkan oleh klise jurnalistik tua: "Ketika anjing menggigit manusia, itu bukan berita. Tapi ketika seorang pria menggigit anjing, itu adalah berita".
- Prominence, berita akan mendapatkan perhatian lebih jika memiliki hubungan dengan tokoh-tokoh terkemuka.
- Proximity, semakin dekat berita ke pembaca yang lebih baik, secara psikologis atau secara geografis.
- Ketepatan waktu, batas waktu untuk menjaga kebaruan berita.
- Mata, mengingat apa yang orang pikirkan atau bicarakan.
- Kegunaan, bagaimana kabar relevan dengan pertanyaan orang-orang atau masalah dalam kehidupan sehari-hari mereka.
- Pendidikan Nilai, berapa banyak berita memberikan pengetahuan baru kepada para pembaca lebih dari sekedar informasi.

Berita tentang nabi baru di Indonesia memenuhi sebagian besar kondisi di atas. Kita bisa melihat bahwa peristiwa ini memiliki kedekatan karena mereka terjadi di lingkungan sosial pembaca. Berita itu juga kontroversi karena sebagian besar pembaca percaya bahwa Nabi Muhammad adalah nabi terakhir yang Allah kirim sebagai utusan-Nya. Ketika beberapa orang mengklaim dirinya sebagai nabi baru, itu akan menciptakan perselisihan besar antara masyarakat. Kontroversi semakin serius karena para nabi baru juga memiliki pengikut. Situasi semacam ini telah mengejutkan Majelis Ulama Indonesia karena akan menyebabkan bid'ah. Selanjutnya, laporan tersebut juga memenuhi unsur *unusualness* tersebut. Bagi kebanyakan orang, seorang nabi begitu suci dan tidak semua orang dapat dipilih sebagai nabi. Dalam kebanyakan kasus, hampir semua yang mengaku nabi memiliki gejala awal yang sama. Mereka mendengar bisikan dan melihat beberapa penampakan yang memberitahu mereka tentang tugas mereka sebagai utusan Allah.

Dari sudut pandang medis, fenomena ini mirip dengan gejala psikosis. Menurut Aliansi Nasional Penyakit Mental (NAMI), sulit untuk tahu persis kapan pertama kali dikenali munculnya episode psikosis dimulai. Namun, tanda-tanda dan gejala berikut dianggap sangat indikasi episode psikosis:

- Mendengar, melihat, mencicipi atau percaya hal-hal yang lain tidak
- Persistent, pengalaman yang tidak biasa atau keyakinan yang tidak dapat dikesampingkan, terlepas dari apa yang orang lain percaya
- Emosi yang kuat dan pantas atau tidak ada emosi sama sekali
- Penarikan dari keluarga atau teman-teman

- Penurunan tiba-tiba dalam perawatan diri
 - Masalah berpikir jernih atau berkonsentrasi
- (NAMI 2016)

Dari perspektif lain, kita bisa melihat hal-hal yang sama tentang melihat penampakan dan mendengar bisikan dengan istilah medis dalam masalah kesehatan mental. Psikosis sendiri memiliki berbagai macam gejala, tetapi biasanya melibatkan salah satu dari dua pengalaman besar seperti yang dijelaskan di bawah ini.

- a. Halusinasi yaitu melihat, mendengar atau merasakan hal-hal yang tidak ada. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:
 - Mendengar suara (halusinasi pendengaran)
 - sensasi aneh atau perasaan yang tidak bisa dijelaskan
 - sekilas melihat benda atau orang-orang yang tidak ada atau distorsi
- b. Delusi adalah keyakinan yang kuat yang tidak konsisten dengan budaya seseorang, tidak mungkin benar dan mungkin tampak tidak rasional kepada orang lain, seperti berikut:
 - Percaya kekuatan eksternal mengendalikan pikiran, perasaan dan perilaku
 - Percaya bahwa pernyataan sepele, peristiwa atau benda memiliki makna pribadi atau arti
 - Berpikir telah memiliki kekuasaan khusus, berada di sebuah misi khusus atau bahkan bahwa dirinya adalah Tuhan.

(NAMI 2016)

METODE PENELITIAN

Tulisan ini mengkritik cara media menulis dan berita yang diterbitkan tentang orang-orang yang mengaku dirinya sebagai nabi baru. Media ini lebih mungkin untuk menghadapi orang-orang miskin dengan penodaan agama dan menyudutkan mereka sebagai penjahat. Ada kemungkinan bahwa berita sensasional media diterbitkan mungkin dipaksa oleh kebutuhan untuk mengejar keuntungan bisnis bukan manfaat sosial. Media harus memiliki perspektif yang lebih luas dalam melaporkan orang tersebut. Untuk memecah topik dalam rincian lainnya menggunakan metodologi van Dijk, makalah ini mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana media menggambarkan nabi baru di tingkat tekstual?
2. Bagaimana media menggambarkan nabi baru di tingkat kognitif sosial?
3. Bagaimana media menggambarkan nabi baru di tingkat konteks sosial?

Makalah ini didasarkan pada penelitian menggunakan analisis wacana kritis dari Teun van Dijk. Dalam percakapan dengan Gavin Kendall, Ruth Wodak disebutkan apa arti dari istilah "kritis" dalam analisis wacana. Kritis "berarti tidak mengambil sesuatu untuk diberikan, membuka kompleksitas, menantang reduksionisme, dogmatisme dan dikotomi, menjadi diri reflektif dalam penelitian saya, dan melalui proses ini, membuat struktur buram hubungan kekuasaan dan ideologi yang nyata." Kritis ", dengan demikian, tidak tidak menyiratkan arti makna umum "menjadi negatif" -rather "skeptis". Mengusulkan alternatif juga bagian dari menjadi "kritis" (Wodak, 2007).

Allan Lukas menyatakan dalam artikelnya di International Encyclopedia of Sosiologi Pendidikan, analisis wacana kritis berasal dari asumsi bahwa "asimetri sistematis kekuasaan dan sumber daya antara pembicara dan pendengar, pembaca dan penulis dapat dihubungkan dengan akses yang tidak sama untuk sumber linguistik dan sosial "(Luke, 1997:. p 53).

Dalam perspektif ini, praduga analisis wacana kritis adalah bahwa lembaga memiliki peran sebagai penjaga gerbang sumber daya diskursif: wacana, teks, genre, struktur leksikal dan gramatikal penggunaan bahasa sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya pembingkai pertanyaan tentang kesetaraan pendidikan dalam hal bagaimana sistematis terdistorsi dan komunikasi ideologis dapat mengatur kondisi untuk akses kelembagaan diferensial ke sumber daya diskursif, kompetensi yang sangat mendidik dibutuhkan untuk hubungan sosial dan ekonomi di lembaga berbasis informasi (Luke, 1997:. p 53).

Wacana kritis digunakan dalam penelitian ini sebagai panduan. Peneliti berasumsi bahwa lebih sering media memberitakan nabi baru dalam perspektif yang salah, semakin banyak orang-orang yang tidak sehat secara mental akan tertekan. Model van Dijk digunakan di sini karena terdapat penekanan terhadap kognisi sosial wartawan. Hal ini mengikuti jalur yang sama dengan Teori Representasi Sosial dari Moscovici. Moscovici menjelaskan representasi sosial sebagai:

Sistem nilai, ide-ide dan praktek memiliki fungsi dua kali lipat; pertama, untuk membangun perintah yang akan memungkinkan individu untuk mengorientasikan diri dalam materi mereka dan dunia sosial dan menguasainya; kedua, memungkinkan komunikasi mengambil tempat di antara anggota komunitas dengan menyediakan kode untuk pertukaran sosial dan kode untuk penamaan dan klasifikasi yang jelas dalam berbagai aspek dunia mereka dan mereka individu dan kelompok sejarah (Moscovici, 1973 seperti dikutip dalam Changing Minds, 2016).

Yang paling penting dari pemahaman ini adalah bahwa "makna diciptakan melalui sistem negosiasi sosial daripada menjadi hal yang tetap dan pasti, dan bahwa penafsirannya mungkin membutuhkan pemahaman tentang aspek tambahan dalam lingkungan sosial" (Changing Minds 2016) .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memudahkan melihat pola pemberitaan nabi baru di Indonesia, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1 Pemberitaan Tentang Nabi Baru sejak 2013 hingga 2016

No	Media Massa	Tanggal	Judul	Ringkasan
1	Merdeka.com	30 Januari 2013	MUI Duga Nabi Palsu dari Gunung Lawu Bernama Sutarmin	Sutarmin dari Gunung Lawu mengaku Nabi dan MUI menduga Sutarmin meneruskan ajaran dari Rochmad, orang yang dulu juga mengaku nabi.
2	Republika.co.id	3 April, 2014	Duh, Jamaah Nabi Palsu Cecep berdandan ala K Pop	Seorang laki laki bernama Cecep Solihin dari Bandung, mengaku sebagai nabi baru dan memiliki banyak Jemaah wanita. Jemaah wanita ini kebanyakan berbusana ala K POP dan bukannya berbusana ala muslimah.

3	Antaraneews.com	3 Desember 2014	Nabi Palsu Sebarkan Ajaran Dalam Penjara	Bantil, Laki-laki dari S angata mengaku sebagai nabi dan ditangkap aparat keamanan. Namun di penjara Bantil tetap menyebarkan ajarannya dan membuat heboh penjara.
4	JPNN.com	April 23, 2015	Pria Ini Mengaku Sebagai Nabi Ke 26 Setelah Muhammad.	Basuni dari Kutai, mengaku sebagai nabi ke 26 dan memimpin padepokan bernama Mimpi Spiritual. Laki-laki ini memiliki banyak pengikut.
5	Liputan6.com	Nov 9, 2015	Mengaku Nabi, Hadasari Gegerkan Warga Makasar	Seorang perempuan bernama Hadasari tiba tiba muncul di sebuah kampus dan kemudian berceramah dihadapan mahasiswa kampus tersebut dan mengaku nabi.
6	Beritasatu.com	18 Februari, 2016	Kisah Gus Jari, Pria Jombang Yang Mengaku Nabi Akhir Jaman	Gus jari dari Jombang, sejak 10 tahun yang lalu mengaku sebagai nabi Isa, nabi akhir jaman. Ia mendirikan pesantren dan memiliki banyak pengikut.
7	Kompas.com	24 April, 2016	Mengaku Nabi Isa, Pria ini Diamankan Polisi	Nur Tajib, laki laki asal Bangkalan mengaku nabi Isa, sehingga membuat tokoh-tokoh lintas agama berkumpul dan membahas ajarannya. Pengikutnya berjumlah 30 orang dan terbanyak dari keluarganya.
8	Okezone.com	26 Mei , 2016	Ahmad Musadeq Ngaku Nabi dan Dirikan Negara	Ahmad Musadeq mengaku menjadi pengganti Nabi Muhammad, membai'at orang, dan mendirikan negara baru. Sejak 2006 telah mengaku sebagai pemimpin umat, sempat dipenjara tahun 2006 dan keluar dari tahanan pada 2007 setelah bertobat. Sejak 2015 mengumpulkan santri dalam pesantren Gafatar, dan diasumsikan memiliki 50.000 pengikut
9	Merdeka.com	8 Juni, 2016	Cerita Sri, Mengaku Nabi dan Diajak Jibril mengunjungi Surga dan Neraka	Seorang guru perempuan bernama Sri berasal dari Pekalongan, mengaku sebagai nabi. Kadang-kadang mengaku sebagai utusan tuhan. Ia memiliki sejumlah pengikut, dan ajarannya dibukukan dalam sebuah kitab berjudul Al Na'sum atau Kitab Suci Kehidupan.
10	Tempo.co	6 Agustus 2016	Pria Karawang Mengaku Nabi, Jual tiket ke surga Rp. 2 Juta	Abdul Mujim warga Karang mengaku nabi dan memiliki padepokan Syekh Sangga Bintang Pratama. Warga yang resah membakar rumahnya karena menduga Abdul Mujim menjual tiket ke surga seharga dua juta rupiah.

Antara 2013 dan 2016, ada sepuluh orang yang mengaku dirinya sebagai nabi. Daftar di atas tidak termasuk penipu dan penjahat yang juga diklaim sebagai nabi. Hanya berita tentang orang-orang yang mengaku mendengar bisikan dan melihat penampakan untuk melakukan apa yang Tuhan perintahkan pada mereka. Menurut hasil analisis pada teks dalam identifikasi masalah pertama, tampak ada persamaan dalam beberapa berita. Para nabi baru, kecuali Hadasari, memiliki sejumlah pengikut. Artinya, bagi sebagian orang ini nabi baru yang dapat dipercaya.

Semua nabi baru dalam berita ini mengakui bahwa mereka dikirim oleh Allah melalui bisik-bisik dan penampakan. Dalam fenomena ini, pengakuan tersebut bisa dikategorikan menjadi kasus delusi atau halusinasi. Selain itu, mereka memiliki praktek ibadah mereka sendiri yang selalu dianggap di berita sebagai pelanggaran ajaran agama. Dalam berita itu juga tertulis bahwa para nabi dihadapkan dengan ulama atau polisi. Sebenarnya, mereka dipojokkan dalam berita tersebut.

Dari analisis kognisi sosial wartawan dalam identifikasi masalah kedua, ada beberapa catatan. Pertama-tama, ditemukan bahwa wartawan cenderung untuk melaporkan cerita sinis dan sensasional. Mereka menggunakan "nabi palsu" untuk nama orang-orang. Pembingkaian ini menyebabkan orang seperti itu adalah orang yang bisa disalahkan atau diganggu. Akhirnya, terjadi perundungan di media sosial, seperti yang bisa dilihat dalam komentar pembaca pada kolom komentar.

Kedua, sumber cerita biasanya berasal dari polisi atau ulama. Hal itu tidak cocok dengan konsep objektivitas dan keadilan. Media tidak pernah meminta sumber yang mampu menjelaskan hal ini dari pandangan kesehatan medis atau kesehatan mental.

Catatan ketiga ditemukan adalah bahwa wartawan cenderung untuk mengatakan bahwa nabi baru itu penghujatan agama, dan lebih jauh lagi, bahkan memaksa mereka untuk dihukum dan dipenjara karena dianggap mengganggu masyarakat. Dalam beberapa kasus, laporan jenis ini telah memperburuk stigma orang dengan penyakit mental. Media hanya menyebutkan bahwa orang-orang tersebut tidak waras, tapi mereka tidak memberikan solusi bagaimana memperlakukan orang dengan penyakit mental atau skizofrenia.

Dalam analisis konteks sosial, ditemukan bahwa media telah mewakili keyakinan masyarakat tentang kesucian agama. Media tidak mengkritik ulama atau polisi yang mencoba untuk menempatkan orang-orang yang tidak sehat di penjara atas nama penistaan agama. Peneliti melihat, penjara tidak secara signifikan mempengaruhi pemikiran para nabi baru, sebaliknya, mereka masih menyebarkan ajaran mereka di penjara dan setelah melihat kondisi tersebut, polisi kemudian menempatkan orang-orang di ruang isolasi. Meskipun demikian, tanpa perawatan medis yang tepat, para nabi akan lebih tertekan. Delusi dan halusinasi akan lebih buruk mempengaruhi mereka. Orang-orang ini membutuhkan perawatan medis bukan hukuman. Selain itu, tuduhan sesat dan penghujatan selalu meningkatkan kemarahan di kalangan masyarakat. Di beberapa tempat, masyarakat yang marah membakar rumah nabi dengan murka tak terkendali. Dari cara mereka menulis berita, media tidak serius mencegah tindakan semacam ini.

Hal terakhir dalam analisis konteks sosial adalah bahwa masyarakat selalu berpikir masalah nabi bisa diselesaikan dengan pertobatan itu. Sebenarnya, dari segi kesehatan mental, memaksa orang sehat tanpa perawatan medis untuk melakukan sesuatu yang berbeda

dari apa yang mereka yakini sebenarnya sangat berbahaya. Alih-alih memecahkan masalah, itu akan mendorong orang dengan gangguan kesehatan mental ke dalam tindakan bunuh diri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada tingkat tekstual, media cenderung menilai bahwa nabi baru adalah orang-orang yang melakukan penghujatan agama dan dikategorikan sebagai penjahat. Ini adalah alasan mengapa media hanya mengambil informasi dari polisi dan ulama sebagai sumber mereka.
2. Di tingkat kognitif sosial, media cenderung membingkai cerita dengan cara sinis. Mereka lebih suka menjadikannya sebagai berita sensasional daripada menempatkan kepedulian bagi orang-orang dengan penyakit mental.
3. Di tingkat konteks sosial, media telah bertindak sebagai wakil dari masyarakat. Namun, mereka tidak memberikan pilihan kepada masyarakat tentang perspektif lain dalam menangani masalah nabi dan orang dengan gangguan kejiwaan.

Saran

Penting bagi media untuk meninjau kembali cara berpikir mereka ketika membuat berita yang berkaitan dengan masalah mental. Gangguan mental bukan lah sebuah kejahatan yang membuat orang bisa dituduh menjadi penjahat. Orang-orang tersebut membutuhkan bantuan medis, bukan penjara. Media harus membuka pikiran mereka tentang kesehatan mental dan mematahkan stigma dari orang dengan kesehatan mental, terutama dalam hal ini, orang yang mengaku dirinya sebagai nabi. Lebih penting lagi, pemahaman masyarakat tentang kesehatan mental harus ditingkatkan, dan media memiliki kekuatan untuk membuat perubahan. Oleh karena itu, media harus memberikan lebih banyak pilihan masyarakat bagaimana menghadapi orang semacam ini, bukan mempromosikan anarki.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, P. L. and Luckmann, T. (2012), *Tafsir Sosial Atas Kenyataan dan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* [A social interpretation of the reality and a summary of sociology of knowledge], Indonesian version, translated by Hasan Basri, Jakarta: LP3ES
- Bertens, K. (2008), *Perspektif etika baru, 55 esai tentang masalah aktual* [New ethical perspectives, 55 essays on actual problems], Indonesian version, Jakarta: Kanisius
- Biagi, S. (2010), *Media/impact, pengantar media massa* [Media/impact: an introduction to mass media], Indonesian version, Jakarta: Salemba Humanika
- Black, J., Steele, B. and Barney, R. (1999), *Doing ethics in journalism, a handbook with case studies*, Boston: Allyn and Bacon
- Changing Minds (2016), *Social Representation Theory*, retrieved on October 5th 2016 from http://changingminds.org/explanations/theories/social_representation.htm
- Lanson, G. and Stephens, M. (1994), *Writing and reporting the news*, Fort Worth: Holt, Rinehart and Winston, Inc.

- Luke, A. (1997). "Theory and practice in critical discourse analysis". *International encyclopedia of the sociology of education*, pp. 50-57
- NAMI (2016), *Early Psychosis and Psychosis*, retrieved on October 3rd 2016 from <http://www.nami.org/Learn-More/Mental-Health-Conditions/Early-Psychosis-and-Psychosis>
- News Values*, retrieved on October 3rd 2016 from <http://faculty.georgetown.edu/bassr/511/projects/letham/final/values.htm>
- Wodak, R (2007), "What Is Critical Discourse Analysis?", *Forum: qualitative social research*, Volume 8, No. 2, Art. 29 – May 2007, retrieved on October 4th 2016 from <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/255/561>

KOMUNIKASI POLITIK DAN JAJAK PENDAPAT DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH

EKO HARRY SUSANTO

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta

Alamat: ekos@fikom.untar.ac.id

ABSTRAK

Komunikasi politik yang mengeksplorasi hasil jajak pendapat tentang popularitas figure yang bersaing dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) menjadi primadona pemberitaan di era demokrasi dalam komunikasi. Hasil jajak pendapat dipakai sebagai landasan membangun kredibilitas calon kepala daerah atau calon wakil kepala daerah yang berupaya mengungguli pesaingnya. Kalaupun hasil jajak pendapat tidak memberikan makna positif, kelompok – kelompok entitas pendukungnya akan melakukan pembelaan demi menjaga popularitas dan keterpilihan. Namun tidak dapat diabaikan, hasil jajak pendapat berbagai lembaga, menunjukkan adanya perbedaan substansial yang berpotensi menjadi kontraproduktif. Akibatnya, hasil jajak pendapat tertentu saja yang akan dipakai sebagai rujukan dalam komunikasi politik para kandidat yang bersaing. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis komunikasi politik yang berkaitan dengan jajak pendapat sebagai pendukung fondasi dalam kontestasi pemilihan kepala daerah langsung. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan dukungan penelusuran teks maupun data online yang relevan untuk menghasilkan deskripsi terhadap kompleksitas jajak pendapat dalam pemilihan kepala daerah langsung. Temuan penelitian ini mencakup tiga hal, yaitu: bagaimana komunikasi politik mampu membangun kepercayaan publik, bagaimana jajak pendapat sebagai upaya kampanye terselubung, dan sejauhmana pemilihan kepala daerah langsung berjalan sejalan dengan demokratisasi bernegara.

Kata Kunci : *komunikasi politik, jajak pendapat, kampanye, pemilihan kepala daerah dan demokrasi*

PENDAHULUAN

Memasuki era demokratisasi politik sebagai salah satu upaya mencapai masyarakat informasi yang sejahtera, kebebasan komunikasi menjadi keharusan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Secara kontekstual, ketika pesan – pesan yang masuk dalam ranah kekuasaan disebarkan ke masyarakat, didalamnya melekat muatan politik. Karena itu, komunikasi politik merupakan hal yang esensial bagi politisi maupun para elite di tubuh pemerintah dalam rangka mempengaruhi masyarakat agar memberikan dukungan terhadap program – program yang telah ditetapkan.

Hampir semua kegiatan politik yang dilakukan oleh pemerintah dan elite lainnya dalam kekuasaan negara, tidak bisa lepas dari komunikasi politik yang memuat pesan – pesan kepada khalayak untuk mematuhi kehendak pemerintah sebagai sumber informasi. Dengan kata lain, pentingnya komunikasi politik bagi sama dengan pernyataan umum, bahwa “manusia tidak bisa tidak berkomunikasi” (Watzlawik, dalam Bower dan Bradac, 1982 : 3). Untuk para pemegang kekuasaan dan politisi juga tidak bisa tidak berkomunikasi politik. Sebab, komunikasi politik sebagaimana dikemukakan oleh Gabriel Almond

(1960): merupakan salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik di suatu negara.

Sebagai pendukung yang signifikan dalam menjalankan kekuasaan, komunikasi politik selalu muncul pada berbagai perhelatan bernuansa politik, seperti halnya pengerahan massa terang – terangan maupun terselubung dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) langsung yang terjadi di berbagai penjuru tanah air. Kontestasi para figure yang bersaing memerlukan daya, upaya, pendanaan dan strategi politik supaya mampu mengungguli rivalnya.

Salah satu strategi menggalang popularitas dari para kandidat kepala daerah yang bersaing, adalah melalui jajak pendapat, untuk mengukur tingkat popularitas dan keterpilihan. Tetapi yang menjadi persoalan adalah, munculnya kecenderungan hasil jajak pendapat dari berbagai lembaga menghasilkan gambaran tentang popularitas calon yang beragam dan bisa saja kontradiktif. Terkadang, lembaga polling mengunggulkan satu pasangan kandidat, dengan angka yang sangat tinggi dibanding kandidat pesaing, tetapi muncul pula penyelenggara jajak pendapat yang mempublikasikan kandidat yang tidak populer versi lembaga polling lain, justru memenyai tingkat keterpilihan yang tinggi. Karena itu, sewajarnya kalua masyarakat meragukan aneka hasil polling yang dipublikasikan hasil jajak pendapat. Padahal penyelenggara polling, menyatakan selain aspek praktis yang ditemukan di lapangan, contoh factual yang mudah dipahami oleh khalayak, juga menggunakan argumentasi ilmiah berbasis metodologi survei.

Meskipun ada berbagai penolakan dan ketidakpercayaan masyarakat, tetapi polling tetap saja mewarnai dinamika komunikasi politik dalam pilkada. Sebab, jajak pendapat memiliki keterkaitan mempengaruhi pendapat masyarakat sebagai pemilih yang memberikan suara dalam pilkada. Tidak dapat dikesampingkan, sejumlah lembaga polling memang secara independen melakukan kegiatan jajak pendapat mandiri tanpa. Namun dalam kontestasi politik lokal dan nasional yang sangat ketat di era demokrasi bernegara, sudah menjadi kelaziman lembaga polling bekerjasama, atau sebagai partner para kandidat, partai politik, dan kelompok pengusung dalam proses pilkada.

Mengingat polling dimanfaatkan sebagai alat kampanye terang- terangan maupun terselubung, maka regulasi dalam pemilihan kepala daerah juga memberikan aneka batasan terhadap pemaparan hasil jajak pendapat, yang mengukur opini masyarakat terhadap pilihan kandidat kepala daerah. Kendati demikian, berbagai regulasi tersebut tidak sepenuhnya mampu untuk menghentikan pelaksanaan polling yang tidak sejalan dengan ketentuan, sebab berbagai dalam koridor kebebasan komunikasi dan informasi, banyaknya saluran informasi publik, mudah dimanfaatkan sebagai media penyaluran hasil jajak pendapat kepada masyarakat.

Tinjauan literatur dalam penelitian ini mencakup komunikasi politik sebagai penyampaian pesan yang mengacu pada kegiatan politik (Nimmo, 2006 : 8), kampanye sebagai proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan (Rogers dan Storey, dalam Venus, 2004:8). Selain itu literature lain meliputi , jajak pendapat, pemilihan umum dan demokrasi. Jajak pendapat menurut Eriyanto (1999 : 13), merupakan standarisasi penghitungan yang mapan, dan stabil hingga menjadikan polling sebagai metode penarikan sampel terpercaya dalam mengukur pendapat umum. Sedangkan pemilihan umum dalam perspektif Huntington (2001:18) adalah implementasi perwujudan

kedaulatan rakyat dalam menentukan pemegang tampuk pemerintahan. Dalam konteks ini, substansi pemilihan umum dipakai sebagai landasan pelaksanaan pemilihan kepala daerah.

METODE PENELITIAN

Metodologi Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif untuk menghasilkan gambaran holistik dalam pelaksanaan pilkada langsung di Indonesia. Penelitian kualitatif meliputi penggunaan subyek yang dikaji, dan kumpulan data empiris dalam studi kasus, pengalaman pribadi, intropeksi, perjalanan hidup, wawancara, teks-teks hasil pengamatan, historis interaksional, dan visual (Denzin dan Lincoln, 2009: 2).

Dalam penelitian kualitatif ini, pengamatan teks dipusatkan pada penelusuran data pustaka cetak maupun online yang berhubungan dengan pelaksanaan pemilihan kepala daerah langsung, jajak pendapat dan persoalan yang menyangkut demokratisasi dalam bernegara. Dengan perhatian terhadap topik penelitian, pendekatan kualitatif diharapkan dapat memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993:89). Pada konteks ini, data yang terkait dengan jajak dipilih berdasarkan kepentingan untuk mendukung topik penelitian, sehingga tidak bergantung kepada jumlah banyaknya jajak pendapat dan pelaksanaan pemilihan kepala daerah langsung di berbagai daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Politik untuk Membangun Kepercayaan Publik

Secara sederhana komunikasi politik merupakan penyaluran pesan yang mengandung unsur politik dari sumber kepada khalayak. Sedangkan politik dalam suatu negara, menghendaki semua warganegara mewujudkan tujuan untuk mencapai kesejahteraan bersama. Dengan demikian politik dalam tulisan ini terkait dengan penyelenggaraan pemerintahan, tindakan yang dilakukan oleh kekuasaan negara, dan kebijakan publik yang dikeluarkan dalam rangka mencapai masyarakat yang adil dan sejahtera dalam bingkai demokrasi bernegara.

Menurut Mc.Nair (2011:4), komunikasi politik berkaitan erat dengan (1) semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi, dan aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan tertentu, (2) komunikasi para aktor politik yang ditujukan kepada khalayak non politisi seperti pemilih dan pembaca surat kabar (3) komunikasi dari para politisi tentang kegiatan politik sebagaimana dalam laporan berita, editorial, dan bentuk lain dari diskusi politik di media.

Mencermati hal itu, komunikasi politik melekat di masyarakat ketika mendiskusikan kegiatan politik secara langsung, melalui media massa utama maupun media alternatif yang semakin mudah diakses karena dukungan teknologi komunikasi. Kepercayaan publik menguat terhadap seorang calon kepala daerah didukung oleh pola komunikasi politik untuk menarik perhatian khalayak. Sejalan dengan itu, Nimmo (2006 : 8), menyebutkan “komunikasi politik merupakan komunikasi yang mengacu pada kegiatan politik”. Jadi setiap diskursus yang mengandung bobot politik identik dengan komunikasi politik. Tentu saja kegiatan politik dalam arti luas mencakup pula diskusi terhadap peran pemerintah yang berkuasa dan terlibat langsung dalam suatu aktivitas politik untuk menggalang kekuatan dan mempengaruhi khalayak untuk mengikuti apa yang dikehendaki. Dalam pemberitaan tentang

pilkada Bangka Belitung, menunjukkan bahwa komunikasi politik memang diperlukan dalam kekuasaan, “ Gubernur Provinsi Babel, [Rustam Effendi](#) yang mencalonkan diri kembali masih ngotot untuk meminang Maulana Akil (Molen) menjadi calon wakil gubernur. Karena dirinya sangat membutuhkan seorang birokrat sebagai pendamping. Rustam juga terus melakukan komunikasi politik. Bahkan Rustam mengklaim [Partai Demokrat](#) terus didekati dan mulai merapat dengan [PDIP](#)”.¹

Gambaran itu, sehaluan dengan pandangan Rauf dan Mappa (1993 : 32), komunikasi politik merupakan pesan yang diungkapkan dalam suatu proses komunikasi bercirikan politik, berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintahan dan juga aktivitas komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik. Pendapat lain menyebutkan, “Komunikasi Politik sebagai proses komunikasi massa termasuk komunikasi antar pribadi dan elemen – elemen di dalamnya yang mungkin mempunyai dampak terhadap perilaku politik”. (Krans dan Davis, 1976 : 7). Sedangkan aspek yang terkait dalam komunikasi politik, adalah : komunikator politik, pesan politik, media komunikasi politik, khalayak komunikasi politik dan dampak komunikasi politik. Menyangkut pesan sebagai aspek penting dalam komunikasi politik merupakan aneka informasi politik tentang kekuasaan, pengaruhnya dalam masyarakat. (Arifin, 2011:101).

Berikut pemberitaan pilkada Kabupaten Mesuji, “ Bakal calon kepala daerah kabupaten Mesuji, Muhammad Junaidi terus tancap gas untuk mencari dukungan ke berbagai partai politik (Parpol) guna persiapan menghadapi Pilkada 2017 mendatang. Pantauan pantauan Jejamo.com, saat Bung Adi sapaan akrab dari Muhammad Junaidi melakukan komunikasi politik yang terjalin di warung kopi, kantin DPRD Lampung, dengan Plt Sekretaris DPW Nasdem Lampung, Fauzan Sibron.”²

Berpijak kepada uraian tersebut, komunikasi politik dimaksudkan untuk membangun kepercayaan publik terhadap berbagai elemen dalam kekuasaan negara dan pemerintahan. Selain itu, dimanfaatkan juga untuk mempengaruhi entitas politik lain dalam kontestasi politik di daerah.

Jajak Pendapat dan Kampanye Terselubung Dalam Pilkada

Seiring menguatnya kebebasan mengungkapkan pendapat, salah satu kegiatan yang menjadi daya tarik dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) langsung adalah aktivitas lembaga penyelenggara jajak pendapat atau polling yang menyemarakkan perhelatan politik lokal maupun nasional. Karena itu, dalam Pilkada Serentak tahap II yang digelar 15 Februari 2017 dan diikuti 101 daerah, maka hiruk pikuk jajak pendapat mewarnai pemberitaan di media massa , media alternatif dan media informasi lainnya yang mudah diakses oleh masyarakat.

Menurut Siregar (1996 : 2), “ Jajak pendapat khalayak (*public opinion polling*) dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang sikap dan orientasi khalayak terhadap masalah tertentu, yang diwujudkan secara eksplisit dalam pendapatnya”. Pengukuran pendapat khalayak biasanya dilakukan oleh lembaga survei, media massa dan entitas politik dan pemasaran, yang secara berkala dan terjadwal berupaya mendeteksi pendapat khalayak.

¹ <http://bangka.tribunnews.com/2016/08/19/rustam-sebut-demokrat-merapat-ke-pdip-ia-juga-naksir-molen>, akses 30/11/16

² <http://www.iejamo.com/bung-adi-bakal-calon-kepala-daerah-mesuji-cari-dukungan-parpol.html>, akses 22/10/16

Sedangkan Eriyanto (1999 : 8), berpendapat, esensinya bahwa, penerapan prinsip penarikan sampel secara ilmiah dengan menggunakan metode penelitian ilmu social mulai dilakukan dalam penghitungan pendapat umum. Penggunaan metode penarikan sampel yang benar dapat mewakili pendapat jutaan orang hanya melalui beberapa ribu orang. Sedangkan menurut Peraturan KPU No.23/2013, “survei atau jajak pendapat Pemilu, adalah mengumpulkan informasi/pendapat masyarakat tentang proses penyelenggaraan Pemilu, peserta Pemilu, perilaku pemilih atau hal lain terkait Pemilu dengan menggunakan metodologi tertentu”. Ditegaskan pula bahwa pengumuman hasil survei atau jajak pendapat tidak dilakukan pada masa tenang.

Dalam konteks pemilihan kepala daerah langsung, hasil polling biasanya disebarkan kepada khalayak melalui berbagai saluran informasi. Ada kecenderungan pemaparan perkiraan perolehan suara kandidat kepala daerah dimanfaatkan untuk mengkampanyekan tingkat keterpilihan calon pasangan kepala daerah. Kampanye sebagai suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan.

Menurut Kotler dan Roberto (dalam Cangara, 2009:284), kampanye adalah sebuah upaya yang dikelola oleh satu kelompok, (agen perubahan) yang ditujukan untuk mempersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu. Sejalan dengan pendapat itu, Leslie B.Snyder (dalam Gudykunst & Mody, 2002 : 457), menyebutkan kampanye komunikasi adalah tindakan komunikasi yang terorganisasi yang diarahkan pada khalayak tertentu, pada periode waktu tertentu guna mencapai tujuan tertentu.

Kampanye dalam perspektif komunikasi politik merupakan setiap jenis penyampaian pesan, dalam bentuk lambang-lambang yang tertulis, yang tidak tertulis, dan dalam bentuk kata-kata terucapan, atau dalam bentuk isyarat yang dapat mempengaruhi secara langsung kedudukan seseorang yang ada dalam puncak kekuasaan pada suatu sistem disebut komunikasi politik, yang didalamnya berhubungan pula dengan iklan politik.

Dalam penyelenggaraan pilkada langsung, di beberapa daerah penyelenggara pilkada, para aktivis politik, juru kampanye dan kelompok – kelompok pendukung pasangan kandidat kepala daerah, harus berjuang keras untuk menghadapi kandidat unggulan versi hasil jajak pendapat. Lembaga – lembaga penyelenggara jajak pendapat mempublikasikan serangkaian perkiraan hasil pemilihan kepala daerah untuk mempengaruhi masyarakat. Mengutip pemberitaan pilkada Provinsi Banten, hasil jajak pendapat yang mengunggulkan salah satu kandidat, direspon berbeda oleh elite politik. ”Persaingan menuju kursi Gubernur Banten 2017-2022 mulai memanas, pasangan petahana Rano Karno-Embay Mulya Syarif (RK-Emas) diunggulkan oleh Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC). Sedangkan pasangan Wahidin Halim – Andika Hazrumy (WH-AH) berbagi wilayah perolehan suara.³. Namun berita lainnya, cenderung mengunggulkan kandidat lain. ”Bakal calon Gubernur Banten Wahidin Halim dinilai akan terus naik elektabilitasnya atau tingkat keterpilihannya jelang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Banten 2017 mendatang. Sementara Rano Karno sebagai petahana, sulit untuk meningkatkan elektabilitasnya meski tingkat popularitas mencapai 95 persen.⁴

³ <http://poskotanews.com/2016/09/27/pilgub-banten-rano-emas-unggul-di-survei-wh-andhika-berbagi-wilayah/> akses 31/10/16

⁴ <http://www.tangerangnet.com/2016/07/elektabilitas-wahidin-halim-akan-terus.html>, akses 31/10/16

Hasil jajak pendapat memang mempunyai pengaruh kuat untuk menarik perhatian publik yang luas. Karena itu, sangat lazim jika terjadi penolakan dari kelompok pendukungnya yang merasa kandidatnya mendapatkan respon public yang kurang memadai. Dalam pendekatan spiral kebuisan, salah satu aspek yang berhubungan dengan sikap dan perilaku masyarakat adalah, bahwa “pendapat pribadi sangat tergantung pada apa yang dipikirkan/ diharapkan oleh orang lain, atau atas apa yang orang lain rasakan/ anggap sebagai pendapat dari orang lain”. Jadi, individu berupaya untuk menghindari isolasi, dalam arti sendirian mempertahankan sikap atau keyakinan tertentu yang tidak sejalan dengan pendapat publik yang mayoritas. (Noelle-Neuman, dalam Littlejohn, 1998 : 356).

Mengutip hasil polling yang dilaksanakan dalam waktu yang tidak jauh berbeda dalam pemilihan Gubernur Jakarta, Lingkaran Survei Indonesia (LSI) melansir hasil survei, bahwa dukungan kepada Ahok menurun di titik rawan. Elektabilitas Ahok 31,1 persen, Agus, 22,30 persen dan Anies pribadi sebesar 20,20 persen.⁵ Hasil lain dari Populi Center, yang memilih [Basuki Tjahaja Purnama](#) (40,8 persen), [Anies Baswedan](#) (17,3 persen), [Agus Harimurti Yudhoyono](#) (12,5 persen), [Sandiaga Uno](#) (1,5 persen), dan [Tri Rismaharini](#) (0,8 persen). Sedangkan Lembaga Media Survei Nasional (Median) memaparkan, elektabilitas pasangan [Ahok-Djarot](#) sebesar 34,2 persen, pasangan Anies-Sandiaga 25,4 persen, [Agus-Sylviana](#) mendapat sebesar 21 persen. Sebanyak 19,4 persen responden belum menentukan.⁶

Berdasarkan pada gambaran tersebut, perbedaan hasil yang muncul disebabkan oleh berbagai hal yang terkait dengan aspek akademis maupun praktek politik. Mungkin saja karena pengaruh *Hawthorne effect*, dimana responden mengalami kebereaksian (*reactivity*), dengan tidak mau mengungkapkan atau berperilaku sewajarnya karena berbagai pertimbangan yang sangat kompleks untuk kepentingannya sendiri ataupun kelompoknya.

Namun esensinya, hasil polling yang bermuatan positif akan menjadi salah satu alat kampanye kandidat gubernur dan wakil gubernur, sebaliknya jika tidak menguntungkan tidak dihiarukan bahkan dibantah oleh para pendukung ataupun tim kampanye.

Memang sebagaimana dalam pendekatan spiral kebuisan, pasangan calon kepala daerah yang unggul dalam jajak pendapat, berpotensi menjadi rujukan bagi sebagian besar masyarakat yang memiliki hak suara. Lebih khusus lagi pemilih yang masih belum menetapkan pilihannya. Karena itu, sangat dimaklumi jika jajak pendapat sebagai pembentukan opini merupakan salah satu alat dalam kampanye. Namun sebagai modus kampanye terselubung biasanya muncul sebelum masa kampanye dimulai, maupun saat masa kampanye sudah memasuki hari tenang.

Pemilihan Kepala Daerah dan Demokratisasi Bernegara

Menyongsong pilkada langsung di berbagai wilayah, aktivitas masyarakat mendukung calon pasangan kepala daerah semakin bersemangat. Sebagian orang tentu saja mengkhawatirkan, bahwa perhelatan yang bernuansa kontestasi politik akan diwarnai oleh kampanye permusuhan dengan segala perwujudannya di media maupun ruang publik. Kalaupun sejumlah regulasi yang mengatur pemilihan kepala daerah langsung sudah mengatur sampai sekecil – kecilnya, tetapi celah yang memberikan kesempatan dalam

⁵ <http://news.rakyatku.com/read/22877/2016/10/04/hasil-survei-terbaru-lsi-untuk-pilkada-dki-jakarta-2017>, akses 29/10/16

⁶ <http://megapolitan.kompas.com/read/2016/10/12/11411131/melihat.hasil.survei.pilkada.dki.2017.dari.tiga.lembaga?page=all>, akses 30/10/16

melakukan komunikasi politik menyimpang dari peraturan tetap muncul, seperti mengeksplorasi sentimen etnik, agama dan kelompok dengan basis komunalisme

Tidak dapat disangkal, penggunaan media sosial untuk menyebarkan pesan – pesan politik yang berpotensi menimbulkan pertikaian antar kelompok tetap saja muncul. ” Kampanye pemilihan Kepala daerah (pilkada) serentak sudah dimulai. Para calon kepala daerah sepakat untuk menggelar kampanye damai. Namun, perang sesungguhnya terjadi di antara pendukung calon, terutama di media social” Selama hampir empat bulan masa kampanye dikhawatirkan bakal marak ujaran kebencian (*hate speech*) baik secara langsung dalam mimbar terbuka maupun melalui media sosial atau media massa.⁷

Daerah secara langsung sudah dilaksanakan sejak Juni tahun 2005. Pada mulanya menggunakan landasan Undang - Undang Nomor 32 Tahun 2004, dan berbagai peraturan perubahan ataupun ketentuan yang melengkapi. Meskipun Pilkada langsung sudah berjalan cukup baik di berbagai wilayah, bahkan pada awal penyelenggaraannya, Menteri Dalam Negeri pada waktu itu mengklaim 92 persen berjalan dengan baik, namun secara faktual masih saja muncul masalah yang menjadi perdebatan publik (Susanto, 2010:158).

Berdasarkan UU No. Tahun 2015, Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota yang selanjutnya disebut Pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/kota untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota secara langsung dan demokratis.

Jelas disini, bahwa demokrasi menjadi rujukan dalam penyelenggaraan pilkada. Oleh sebab itu, sudah selayaknya jika masyarakat maupun semua pihak yang bertanggungjawab terhadap terlaksanya pemilihan kepala daerah langsung dengan damai dapat memberikan pengetahuan tentang demokrasi dalam pemilihan umum kepada masyarakat. Sebab salah satu aspek penting dalam pemilihan umum ataupun pemilihan kepala daerah yang baik, merupakan ukuran tercapainya demokrasi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Hak pilih rakyat dalam pemilihan kepala daerah yang bebas dan rahasia tanpa tekanan pihak manapun merupakan hal yang paling mendasar dalam partisipasi politik konstituen untuk menghasilkan figure pasangan kepala daerah yang dipilih secara demokratis dalam system kampanye yang beradab.

Dalam kaitannya dengan pilkada Jakarta, “ Kampanye menjadi wahana pembelajaran kepada rakyat mengenai bagaimana membangun tempat mereka hidup. Lebih ideal lagi bila dalam debat nanti masing-masing pasangan memiliki satu keinginan yang sama yakni menumbuhkan rasa memiliki Jakarta. Gangguan yang bakal muncul adalah keberadaan kelompok yang memang sengaja menggunakan kampanye negatif hingga kampanye hitam untuk menjatuhkan lawan. Penyebaran melalui media sosial sangat efektif untuk mengubah opini *swing voters* yang memang tengah diperebutkan”.⁸

Laporan International IDEA (2000: 55), menegaskan bahwa demokrasi tidak akan terselamatkan hanya lewat pemilihan yang periodik. Demokrasi dan prinsip-prinsip demokrasi harus didukung dan dipertahankan lewat sistem-sistem akuntabilitas demokratis. Sistem akuntabilitas ini meliputi pengawasan dan perimbangan (*checks and balances*) yang dilindungi oleh konstitusi dan aneka saluran bagi pemerintahan yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan dalam menyosialisasikan proses maupun hasil pemilihan kepala daerah.

⁷ <http://www.beritasatu.com/blog/tajuk/4999-tindak-tegas-penebar-kebencian.html>, akses 29/10/16

⁸ <http://www.beritasatu.com/blog/tajuk/4972>, akses 29/10/16)

Bagaimanapun juga harapan terselenggaranya pilkada yang baik tetap menjadi tujuan bangsa Indonesia dalam kehidupan bernegara yang demokratis. Tajuk Harian Kompas, tanggal 2 November 2016 juga menegaskan, “melalui komunikasi yang tulus disertai komitmen untuk menjaga Negara Kesatuan Republik Indonesia, menegakkan hukum melalui dua process of law, dan menjaga demokrasi electoral yang damai, kita yakin bangsa ini keluar dari jebakan politik yang merepotkan (Harian Kompas, 2 November 2016).

Dalam pemberitaan lain, di Surat Kabar Suara Merdeka, “ Sarasehan yang difasilitasi kantor Kesbangpol Pemkab Banyumas ini mengundang sekitar 100 perseta dari tokoh masyarakat, tokoh agama unsur kepemudaan dari 27 kecamatan, dan narasumber lain, berharap pemilu serentak yang dilakukan secara bertahap merupakan bagian dari pendewasaan dan kemajuan berdemokrasi bangsa Indonesia. Segala aspek yang terkandung dalam demokrasi harus bisa dipahami oleh masyarakat sejak dini. Karena itu, peran penting dari tokoh ikut menentukan, terutama memberikan pemahaman kepada lingkungan tentang demokrasi yang sehat dan bermartabat.⁹.

Tentu saja harapan tersebut sangat wajar, mengingat peraturan dan berbagai ketentuan pendukung pelaksanaan pemilihan umum ataupun pemilihan kepala daerah yang demokratis, harus independen dan tak terpisahkan untuk mendukung dan mempertahankan demokratisasi bernegara. Upaya pengawasan dalam pilkada harus menjamin transparansi proses maupun hasil pemilihan kepala daerah umum yang dapat diketahui oleh semua lapisan masyarakat.

PENUTUP

Komunikasi Politik merupakan penyaluran pesan untuk membangun kepercayaan masyarakat. Dilakukan oleh para elite dan kelompok pendukung maupun tim kampanye, dalam kaitannya dengan pemilihan kepala daerah langsung di Indonesia. Kepercayaan publik bisa menguat terhadap pasangan calon kepala daerah, jika dilakukan dengan pola komunikasi politik yang baik dan berpihak kepada kepentingan rakyat.

Aktivitas lembaga penyelenggara jajak dalam pemilihan kepala daerah langsung, mewarnai pemberitaan di media massa, media alternatif dan media informasi lainnya yang mudah diakses oleh masyarakat di era kebebasan komunikasi. Hasil polling yang memaparkan perkiraan perolehan suara kandidat kepala daerah dimanfaatkan pula sebagai kampanye yang terang – terangan maupun terselubung oleh para kandidat kepala daerah dan sub- ordinat kekuatan pendukungnya.

Pemilihan Kepala Daerah merupakan salah satu tolok ukur dalam menjalankan pemerintahan di daerah yang demokratis. Karena itu pemilihan kepala daerah yang berlangsung tanpa konflik sektarian dan komunalisme dalam wujud perbedaan etnik, kepercayaan, maupun kelompok, merupakan harapan masyarakat dalam kehidupan bernegara yang demokratis.

⁹ <http://berita.suaramerdeka.com/pemilu-serentak-tiga-pilar-disimulasikan-mulai-2024/> akses 23/10/16

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar.(2011). *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Bowers, John & James Bradac. (1982).”*Issues in Communication Theory : A Metatheoretical Analysis*”. In *Communication Year Book 5*, edited by Michael Burgon, New Brunswick.NJ: Transaction
- Cangara, Hafied.(2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Denzin, Norman K., & Yvonna S. Lincoln (Ed), (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Second Edition, Sage publications, Inc.
- Eriyanto.(1999). *Metodologi Polling*. Bandung : Penerbit P.T. Remaja Rosda Karya.
- Gudykunst, William B and Bella Mody. (2002). *Handbook of International and Intercultural Communication*, Thousand Oaks CA :Sage Publications
- Harian Kompas (2016) “*Tajuk Rencana : Komunikasi Elite Politik*”, halaman 6, Rabu, 2 November 2016
- Huntington, Samuel P. (2001).*Gelombang Demokrasi Ketiga*, Jakarta : Penerbit Grafiti.
- International IDEA.(2000). *Penilaian Demokrasi di Indonesia : Pengembangan Kapasitas Seri 8*, Forum untuk Refomasi Demokratis, International IDEA - Lembaga Internasional untuk Bantuan Demokrasi dan Pemilu, Jakarta, Sweden : Ameenpro Graphic Design and Printing
- Koentjaraningrat, (1993). *Metode – Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Krans S and David D. (1976). *The Effect of Mass Communication Political Behavior*, Pennsylvania : State University Press.
- Littlejohn, Stephen W.(1998). *Theories of Human Communication*, Eight Edition, Australia : Thomson- Wadsworth
- Mc.Nair, Brian.(2011). *An Introduction To Political Communication*, Fifth edition, London and New York : Routledge - Taylor and Francis
- Nimmo, Dan .(2006).*Political Communication and Public Opinion in America, atau Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan dan Media*, Cetakan kedua, terjemahan Tjun Surjaman, Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Noel-Neumann , Elizabeth .(1973). *Return to the Concept of Powerfull Mass Media*, Studies of Broadcasting 9.
- Rauf, Maswadi dan Mappa Nasrun.(1993).*Indonesia dan Komunikasi Politik*, Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Susanto, Eko Harry. (2010). *Komunikasi Manusia: Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*, Jakarta, Penerbit Mitra Wacana Media, 2010.
- Siregar, Ashadi.(1996). *Polling Pendapat Dan Masyarakat Politik*, Makalah dalam Diskusi Polling Oleh Media Massa di Litbang Kompas, Jakarta 12 November 1996.
- Surbakti, Ramlan. (1992). *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta : Penerbit Gramedia Widya Sarana
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang
- Venus, Antar. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya

Sumber Lain:

<http://bangka.tribunnews.com/2016/08/19/rustam-sebut-demokrat-merapat-ke-pdip-ia-juga-naksir-molen>

<http://www.jejamo.com/bung-adi-bakal-calon-kepala-daerah-mesuji-cari-dukungan-parpol.html>

<http://news.rakyatku.com/read/22877/2016/10/04/hasil-survei-terbaru-lsi-untuk-pilkada-dki-jakarta-2017>

<http://megapolitan.kompas.com/read/2016/10/12/11411131/melihat.hasil.survei.pilkada.dki.2017.dari.tiga.lembaga?page=all>

<http://www.beritasatu.com/blog/tajuk/4999-tindak-tegas-penebar-kebencian.html>

<http://berita.suaramerdeka.com/pemilu-serentak-tiga-pilar-disimulasikan-mulai-2024/>

<http://poskotanews.com/2016/09/27/pilgub-banten-rano-emas-unggul-di-survei-wh-andhika-berbagi-wilayah/>

<http://www.tangerangnet.com/2016/07/elektabilitas-wahidin-halim-akan-terus.html>

TRADISI MINUM JAMU: KONSEP KOMUNIKASI KESEHATAN DARI GENERASI KE GENERASI

Study Masyarakat di Indonesia

TINA KARTIKA

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
Jln.Soemantri Brojonegoro No 1 Kedaton Bandar Lampung
tn.kartika@yahoo.co.id

ABSTRAK

Jamu adalah minuman terbuat dari bahan-bahan dari tanaman seperti jahe, lengkuas, kunyit, temu lawak, temu ireng, asam, sambiloto, brotowali dan lain-lain. Pembuatan jamu terbagi menjadi dua yaitu secara manual dengan tangan manusia dan diolah dengan pabrik. Jamu yang dibuat secara tradisional maupun diolah dengan pabrik dijual dengan cara digendong disebut dengan jamu gendong, dijual berkeliling dengan sepeda atau dengan sepeda motor. Penjualan jamu juga dengan menggunakan tempat/toko. Masyarakat Indonesia terbiasa minum jamu mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Hal ini mereka teruskan dari generasi ke generasi berikutnya. Tradisi minum jamu ini mereka yakini sebagai bahan obat yang aman, murah, dan sebagai warisan leluhur bangsa yang perlu dilestarikan. Penyakit yang dapat diobati dengan jamu antara lain batuk, piluk, pegal linu, sakit kepala, nyeri tulang/persendian, masalah organ reproduksi alat kelamin dan lain-lain. Kebiasaan minum jamu dapat dianalisa melalui pendekatan komunikasi kesehatan. Konsep komunikasi kesehatan memandang tradisi minum jamu adalah pendekatan naturalistik, sistem penyembuhan penyakit melalui tanaman herbal. Pembentukan pesan dari generasi ke generasi, mengkonstruksi pemaknaan tersendiri bagi masyarakat Indonesia tentang minum jamu. Tidak hanya masyarakat biasa yang terbiasa minum jamu, namun pemerintah Indonesia memfasilitasi keyakinan masyarakat ini dengan mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan No. 03/MENKES/PER/2010 tentang Sainifikasi Jamu. Kemudian untuk melaksanakan peraturan menteri kesehatan itu dibuat Keputusan Menteri Kesehatan No.1334 Tahun 2010 tentang Komisi Nasional Sainifikasi Jamu, yang salah satu tugasnya adalah menyusun pedoman metodologi penelitian jamu.

Kata Kunci: *Jamu, Masyarakat Indonesia, etnomedicin, Komunikasi Kesehatan*

PENDAHULUAN

Pemahaman Masyarakat Tentang Minum Jamu

Kata jamu telah terbiasa didengar oleh masyarakat Indonesia. Minum jamu dianggap oleh masyarakat bangsa Indonesia sebagai obat tradisional. Jamu biasanya terdiri dari tumbuh-tumbuhan dan juga dari bagian tubuh hewan. Sebagian masyarakat menyebutnya dengan pengobatan komplementer/alternatif (complementary and alternative medicine). Di

Asia, negara yang banyak menggunakan obat tradisional adalah Cina, Korea, India, dan termasuk Indonesia. Bahkan dilansir dari litbang departemen kesehatan Republik Indonesia menyebutkan bahwa penduduk Indonesia 50% mengkonsumsi jamu sebagai obat tradisional. Berikut penjelasannya: “Riset kesehatan dasar (Riskesdas) tahun 2010, menunjukkan bahwa 50% penduduk Indonesia menggunakan jamu baik untuk menjaga kesehatan maupun untuk pengobatan karena sakit. Data Riskesdas ini menunjukkan bahwa, jamu sebagai bagian dari pengobatan tradisional, telah diterima oleh masyarakat Indonesia”.(Litbang depkes. 2015)

Hal ini menunjukkan pemahaman sebagian dari masyarakat Indonesia tentang jamu tersebut. Jamu tersebut diolah dan kemudian diminum/konsumsi. Hal ini juga telah diteliti oleh beberapa peneliti, antara lain adalah Purnamawati dan Ariawan, mereka menjelaskan: “Seorang ibu hamil biasanya mengonsumsi jamu karena factor kebiasaan dalam keluarga dan budaya, khususnya masyarakat suku Jawa”. (Purnamawati, Dewi & Ariawan, Iwan. 2012). Selanjutnya Pemerintah Indonesia memfasilitasi pemahaman masyarakat Indonesia tersebut, dengan tujuan menyediakan bukti ilmiah terkait mutu, keamanan dan manfaat obat tradisional tersebut, dengan mengeluarkan peraturan menteri kesehatan No. 03/MENKES/PER/2010 tentang Sainifikasi Jamu. Berikut penjelasannya :“Kemudian untuk tugas tersebut maka telah ditetapkan keputusan Menteri Kesehatan No.1334 Tahun 2010 tentang Komisi Nasional Sainifikasi Jamu, yang salah satu tugasnya adalah menyusun pedoman metodologi penelitian jamu”. (Litbang depkes. 2015)

Bahan jamu biasanya terbuat dari tumbuh-tumbuhan, misalnya akar, daun, bunga, kulit pohon dan seterusnya. Sebagaimana yang dilansir dari media sebagai berikut: “Jamu dibuat dari bahan-bahan alami, berupa bagian tumbuhan seperti rimpang (akar-akaran), daun-daunan, kulit dan batang serta buah. Sebagai suatu bentuk pengobatan tradisional, jamu memegang peranan penting dalam pengobatan penduduk negara berkembang. Diperkirakan 70-80% populasi di negara berkembang memiliki ketergantungan pada obat tradisional”. (jamu Indonesia. 2015). Jamu dari akar-akaran antara lain: kunyit, jahe, lengkuas, temulawak, dan lain-lain. Sedangkan dari daun-daun adalah daun salam, daun sirih, dan lain-lain. Pengolahan jamu ini, biasanya diambil secara langsung dari alam kemudian diolah tanpa bahan kimia sintetis. Hal ini juga yang membedakan antara obat tradisional berupa jamu/tanaman herbal dengan obat modern. Pengolahan jamu diambil secara langsung dari alam, kemudian diolah dengan cara di rebus, diambil airnya, kemudian diminum. Seiring dengan perkembangan jaman, pengolahan jamu ini berubah, jamu dioleh dalam bentuk pil, kapsul, kaplet, maupun cair.

Pada umumnya masyarakat tetap konsumsi minum jamu karena mereka percaya pada khasiatnya. Sebagaimana yang diungkap oleh Ayu dan Azrianingsih, berikut penjelasannya: “Masyarakat tetap gemar mengonsumsi jamu gendong, baik dari anak-anak sampai orang tua, karena jamu gendong masih dipercaya khasiatnya dan aman dikonsumsi. Oleh sebab itu, kebudayaan minum jamu tetap dilestarikan dalam rangka untuk melestarikan warisan budaya dan keragaman hayati lokal”. (Ayu, Rahmy Wulandari & Azrianingsih, Rodyati, 2014)

Studi Tentang Jamu

Berbagai jenis jamu antara lain adalah jamu gendong, disebut jamu gendong karena penjual jamu menjajakan jamu tersebut dengan digendong. Jamu gendong diteliti oleh Ayu dan Azrianingsih sebagai berikut: “Salah satu jenis jamu yang sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia adalah jamu gendong. Disebut jamu gendong karena umumnya dijajakan dengan cara digendong. Jamu gendong merupakan jamu yang terbuat dari dedaunan dan akar-akaran yang direbus dengan air, disaring, dan dapat diminum selama beberapa waktu tertentu”. (Ayu, Rahmy Wulandari & Azrianingsih, Rodiyati, 2014).

Seiring dengan perkembangan zaman, cara menjual jamu dengan digendong beralih kepada penjualan jamu dengan bersepeda. Kemudian berkembang lagi dengan berjualan jamu dengan menggunakan sepeda motor. Namun konsep jamu yang di jajakan mulai beragam, penjual jamu ada yang menggunakan ramuan asli, yaitu diambil dari alam kemudian diolah. Namun ada juga penjual jamu dengan menggunakan produk jamu yang telah dibuat melalui pabrik. Kemasan jamu dapat berupa antara lain pil, kapsul, kaplet, cairan atau dibungkus kertas. Jamu lainnya adalah jamu cekok, penelitian jamu cekok diteliti pada masyarakat jawa di Yogyakarta. Berikut penjelasannya: “The research took 5 Javanese families as informants. Additional informants is *jamu cekok* traditional shop and traditional herbalist. Data were obtained by interviews and observation during February to June 2003. Analysis data was descriptive using medical anthropology approach. The essential components of jamu cekok, called *empon-empon* are *curcuma xanthorrhiza* Robx (*temulawak*), *Zingiber Americans l.* (*lempuyang emprit*), *Tinospora tuberculata* Beume (*brotowali*), *Curcuma aeruginosa* Robx (*temu ireng*) and *Carica papaya L.* (*papaya*)”. (Ika, Afiani Limananti, & Triratnawati, Atik, 2003).

Pada penelitian Ika dan Triratnawati tersebut, menjelaskan bahwa Masyarakat Jawa di Yogyakarta sebagai sampel dari penelitian masih memahami bahwa minum jamu adalah sebagai obat bagi anaknya yang cacangan, *mencret*, perut kembung, batuk, pilek, dan sebagainya. Masih menurut penjelasan Ika dan Triratnawati sebagai berikut: “Jamu *cekok* dipilih dengan tujuan utama untuk meningkatkan nafsu makan anak. Selain itu ada manfaat lain yaitu mengobati penyakit ringan yang diderita anak-anak seperti cacangan, *mencret*, perut kembung, batuk, pilek, dan sebagainya. Kondisi ini serupa dengan yang ada di Thailand dimana jamu juga banyak digunakan untuk penyembuhan penyakit yang berkaitan dengan perut. Hal ini tidak lepas dari faktor kepercayaan dan keyakinan akan khasiat jamu *cekok* anak yang telah tertanam sejak anak-anak, karena umumnya tradisi ini diwariskan dalam keluarga melalui orang tua”. (Ika, Afiani Limananti, & Triratnawati, Atik, 2003)

Adapun bahan-bahan pembuatan jamu, antara lain: kunyit, kencur, sambiloto, brotowali, asam, temulawak, temu kunci dan lain-lain. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ayu dan Azrianingsih sebagai berikut: “Terdapat 10 jenis ramuan jamu gendong di Desa Karangrejo yaitu, Beras kencur, Kunyit asam, Sinom, Cabe puyang, Pahitan, Kunci suruh, Kudu laos, Uyup-uyup/Gejahan, Temulawak, dan Sari rapet. terdapat 22 spesies tanaman yang digunakan sebagai bahan jamu gendong yang diklasifikasikan dalam 14 familia”. (Ayu, Rahmy Wulandari & Azrianingsih, Rodiyati, 2014). Pada umumnya tanaman obat sebagai bahan jamu tersebut banyak ditemukan dialam Indonesia, sehingga bahan tersebut tidak

perlu didatangkan dari negara lain. Selain dari itu, salah satu alasan masyarakat minum jamu karena harganya relatif lebih murah daripada obat-obat kimia.

PEMBAHASAN

Kandungan Yang Terdapat Dalam Bahan-bahan Pembuat Jamu

Pembahasan ini hanya mengungkap kandungan yang terdapat di dalam jamu, adapun manfaat dari kandungan bahan jamu dapat dibahas dalam kajian ilmu lainnya. Berikut paparan bahan jamu dan kandungannya.

Tabel 1. Bahan Digunakan Untuk Jamu

No	Bahan Jamu	Bahasa Inggris/Latin	Kandungan
1	Beras/padi	Oryza sativa	Biji padi: karbohidrat, dextrin, arabinoxylan, xylan, phytin, glutelin, enzim (phytase, lypase, diastase) and vitamin B (Wijoyo.2008: 77)
2	Temulawak	curcuma xanthorriza Robx	Daging buah: Fellanderean, turmerol, Vilotil oil, kamfer, glukosida, foluymetik karbinol. (Wijoyo.2008: 89)
3	Brotowali	Tinospora tuberculata Beume	Alkaloid, and berberina (Wijoyo.2008: 83)
4	Kencur	Kaempferia galanga, Linn	Pati (4,14%), mineral (13, 73 %), and Vilotil oil (0,02 %) such as sineol, asam metil kanil and penta dekaan, asam cinnamic, ethyl aster, asam sinamic, borneol, kamphene, paraeumarin, asam anisic, alkaloid and gom (Wijoyo.2008: 77)
5	Kunyit	Curcuma Longa Linn	Kurkuminoid, terdiri dari kurkumin: R1 = R2 =OCH3 10 %, desmetoksikumin: R1=R2=H Vilotil oil (keton sesquiterpen, turmeron, tumeon 60%, zingiberen 25%, felandren, sabinen, borneol and sineil) and bisdesmetoksikurkumin. Lemak 1-3%, Carbohidrate. (Wijoyo.2008: 108)
6	Asam	Tamarindus indica L	Asam apel, asam sitrat, asam anggur, asam tartrat, asam suksinat, pctin dan gula invert. Per 100 gram buah asam jawa yang masak di pohon mengandung kalori 239 kal, protein 2,8 gram, lemak 0, 6 gram, hidrat arang 62,5 gram, kalsium 74 miligram, fosfor 113 miligram, zat besi 0,6 miligram, vitamin A 30 S1, vitamin B1 0,34 miligram, vitamin C 2 miligram.

			(Wijoyo.2008: 38)
7	Sambiloto	Andrographispaniculata Ness	Daun dan cabang: laktone yang terdiri dari deoksiandrografolid, andrografolid, neoandrografolid, 14-deoksi-11-12-didehidro andrografolid, homo andrografolid, flavonoid, alkane, keton, mineral (kalium, kalsium, natrium), asam kersik and damar . (Wijoyo.2008: 19)
8	Mengkudu	Morinda citrifoliaL	Morinda diol, morindone, morindin, damnacanthal, matil asetil, asam kapril, and sorandiyol (Wijoyo.2008: 26)
9	Lengkuas	Alpinia galanga Linn.,Willd	Vilotil oil, Minyak terbang, eugenol, seskuiterpen, pinen, metil sinamat, kaemferida, galangan, galagol and kristal kuning (Wijoyo.2008: 127)
10	Pinang	Areca catechu L	Biji pinang: 0,3-0,6 alkaloid, seperti: arekolin (C8 H13 NO2) arekolidine, arekain, guvakolin, guvasine and isoguvazine (Wijoyo.2008: 90)
11	Temu Ireng	Curcuma aeruginaosa Robx	Vilotil oil, tanin, kurkumol, kurkumenol, germakron, a, B, g-elemene, linderazulene, kurkumin, dementhioxykurkumin, biisdementhyoxykurkumin (Wijoyo.2008: 81)
12	Pepaya	Carica papaya L	Buah pepaya masak (100 gr). Calori 46 kal, vitamin A 365 SI, vitamin B1 0,04 mg, vitamin C 78 mg, kalsium 23 mg, hidrat Arang 12,2 gram, fosfor 12 gram, Besi 1,7 mg, Protein 0,5 mg, water 86, 7 gram. (Wijoyo.2008: 83)
13	Kunyit Putih/kunir putih	Kaemferia rotunda L	Borneol, sineol, metil khavikol and saponin (Wijoyo.2008: 103)
14	Jahe	Zingiber officinale Rosc	Vilotil oil zingiberena, zingiberol, bisabolena, kurkumen, gingirol, filandrena, and resin pahit (Wijoyo.2008: 76)
	And so on		

Budaya Minum Jamu Masyarakat Indonesia

Tradisi minum jamu dibangun oleh masyarakat jawa mulai dari anak-anak hingga manusia usia lanjut. Ketika anak-anak masih usia balita (bayi dibawah lima tahun) mereka dibiasakan untuk minum jamu. Namun pada anak-anak rasa jamu adalah manis. Rasa manis

ini didapat dari campuran gula merah, gula aren, dan madu. Rasa manis ini diharapkan anak-anak lebih menyukai jamu. Lain halnya dengan jamu untuk orang dewasa, jamu umumnya rasanya pahit. Rasa pahit pada jamu didapatkan dari bahan-bahan jamu itu sendiri seperti sambiloto, brotowali dan lain-lain. Namun demikian masyarakat tetap minum jamu karena khasiatnya.

Minum jamu, tetap diperuntukkan bagi wanita. Banyak sekali jenis jamu untuk wanita, antara lain untuk kesehatan organ-organ reproduksi wanita. Selain itu juga bagi wanita hamil. Masih banyak kepercayaan masyarakat terutama ketika wanita pasca melahirkan sebagaimana yang diteliti Oleh Purnamawati dan Ariawan sebagai berikut: “Seorang ibu hamil biasanya mengonsumsi jamu karena factor kebiasaan dalam keluarga dan budaya, khususnya masyarakat suku Jawa”. (Purnamawati, Dewi & Ariawan, Iwan. 2012). Tidak hanya dimasyarakat biasa, tradisi minum jamu ini telah dijalan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Namun juga komitmen minum jamu bersama ditandatangani oleh Kementerian Koordinator Bidang Manusia dan kebudayaan Republik Indonesia. Penjelasan sebagai berikut: “Komitmen bersama dalam lingkup Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan R.I., Puan Maharani, menandatangani komitmen bersama membudayakan minum jamu sebagai warisan budaya yang adi luhung perlu tetap di terus dipertahankan, karena minum jamu adalah satu-satunya warisan budaya yang ada di negara Indonesia”(Litbang kemenkes RI.2015). Minum jamu merupakan tradisi untuk mengobati penyakit yang ada dimasyarakat. Tidak hanya dilakoni oleh masyarakat pedesaan namun juga masyarakat perkotaan. Contoh lainnya adalah minum jamu bagi mahasiswa yang melakukan seks bebas, diteliti oleh Fikriyah dan teman-temannya. Fikriyah menjelaskan sebagian dari mahasiswa perempuan ada yang melakukan sek bebas pada pelanggannya. Mahasiswa ini di kenal dengan ayam kampus. Ayam kampus ini sangat berisiko tinggi terhadap penyakit menular. Untuk menghindari penyakit ini, salah satu pengobatan yang dilakukan oleh para ayam kampus dengan jamu/herbal. Berikut penjelasannya, “The risk of transmission of STIs is very large, all the informants had experienced symptoms of STIs. Majority of informants are drinking antibiotics and herbal medicine to treat the symptoms of STIs”. (Fikriyah, Islahul. At al.2013)

Pemahaman dan Komunikasi Kesehatan Tentang Jamu

Pemahaman manusia tidak terlepas dari apa yang dia ketahui dari lingkungannya. Lingkungan sosial dan budaya sangat membantu terhadap jalannya pikiran manusia untuk mengkonstruksi apa yang dimaknai. Begitu juga dengan kesehatan, konsep sehat dan sakit dapat dipahami melalui sosial budaya, antropologi dan medis. Untuk memahami konsep sehat dan sakit dapat telaah dengan tiga pendekatan, yaitu : “tiga paradigma atau sistem untuk menelaah kesehatan, keadaan sakit dan penyakit yaitu sistem biomedis, sistem personalistik, dan sistem naturalistik” Khusus untuk pengobatan penyakit naturalistik, biasanya digunakan bahan-bahan dari tumbuhan (herbalmedicine) dan hewan (animalmedicine), atau gabungan kedua. Sementara untuk penyakit personalistik banyak digunakan pengobatan dengan ritual dan magis. (Hadiati, Nikmah Salisah. 2011). Untuk pengobatan nonmedis dikenal dengan Complementary and Alternative Medicine (CAM)

Definisi Komunikasi kesehatan dikutip dari Hadiati sebagai berikut: “Komunikasi kesehatan mengarah pada jalannya proses komunikasi dan pesan yang menyelimuti isu kesehatan. Pengetahuan dalam bidang ini dapat dikategorikan berdasarkan penekanannya ke dalam dua kelompok besar yaitu perspektif berdasarkan proses dan perspektif berdasarkan pesan. Pendekatan berdasarkan proses menggali cara-cara yang di dalamnya pemaknaan kesehatan dinyatakan, diinterpretasi dan dipertukarkan, sebuah proses investigasi interaksi dan strukturasi simbolik yang dikaitkan dengan kesehatan, sedangkan perspektif berbasis pesan terpusat pada pembentukan pesan kesehatan yang efektif, juga mengenai usaha strategis untuk menciptakan”. (Hadiati, Nikmah Salisah. 2011).

Cara-cara yang di dalamnya pemaknaan kesehatan dinyatakan, diinterpretasi dan dipertukarkan, hal ini sangat berpengaruh sekali kepada manusia memaknai sehat dan sakit itu sendiri. Dari pandangan ini, penyebab sakit bisa dimaknai berbagai alasan, antara lain: penyakit berasal dari virus, bakteri. Pandangan lain penyakit berasal dari tuhan dengan berbagai alasan seperti kutukan, ujian, ataupun sebagai rahmat. Atau pandangan lainnya seperti penyakit dari manusia itu sendiri. Dari manusia dapat dimaknai sebagai sumber penyakit yang mendatangkan penyakit antara lain adalah dukun, di Indonesia dikenal dengan santet. Dari pemaknaan ini, maka proses pengobatanpun dapat berbeda pula. Masyarakat memaknai proses pengobatan dengan cara membuat antivirus, antibakteri, anti kuman. Proses lainnya proses penobatan dari tumbuhan dari hewan (herbal). Proses pengobatan dapat melalui tingkah laku manusia itu sendiri seperti bertaubat, berdoa.

Pengemasan pesan tentang kesehatan merupakan hal penting yang tidak bisa dihindarkan. Penyampaian pesan ini akan sangat mempengaruhi si penerima pesan, hal ini dapat ditemukan pada seorang dokter yang melayani pasiennya. penelitian tentang Komunikasi dokter dan pasien, antara lain sebagai berikut: “Membangun kedekatan dengan pasien hiv mutlak diperlukan agar suatu hubungan dapat tumbuh dan berkembang yang dilakukan dengan jalan menanamkan kepercayaan pada diri pasien Hiv kepada dokter/konselor sampai timbul keterbukaan dalam proses komunikasi dalam pelaksanaan Hiv Voluntary Counseling and Testing antara dokter dan pasien, kemudian ditemukan penggunaan komunikasi antar pribadi yang pada akhirnya menimbulkan perasaan empati, keakraban dan keterbukaan antara dokter dan pasien”. (Arumsari, Nugraheni, at all. 2013). Pelayanan yang baik, ramah, senyum, kejelasan pesan akan mempercepat kesembuhan pasien. Maka tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi adalah ilmu yang dapat digunakan dalam berbagai kajian (multi disiplin)

SIMPULAN

Jamu dipahami oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu cara pengobatan tradisional. Mereka memahami minum jamu didapatkan dari generasi ke generasi berikutnya. Alasan mimun jamu antara lain adalah nyaman, murah, mudah di dapatkan, dan sebagai warisan leluhur bangsa indonesia. Pemaknaan tersebut mereka dapatkan dari para orang tua, lingkungan masyarakat sebagai sumber pesan. Proses pemaknaan tersebut mereka ciptakan

atas kesepahaman bersama. Komunikasi kesehatan adalah proses penyampaian pesan tentang isu kesehatan dapat dikaji melalui etnomedicin.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, Nugraheni, et al. 2013. Proses Komunikasi Dokter-Pasien Dalam Pelaksanaan HIV Voluntary Conseling and Terting (VCT) Di RSUD Tugurejo Semarang Jurnal Kajian Komunikasi dan Media Massa Vol 1, No 1, 2013. 1-8. Retrieved on 5th March 2015 <http://jurnal.pasca.uns.ac.id>
- Ayu, Rahmy Wulandari & Azrianingsih, Rodiyati (2014). Etnobotani Jamu Gendong berdasarkan persepsi produsen jamu gendong di desa karang rejo kecamatan kromengan, kabupaten malang. Biotropika 2.4 : 198-202
- Hadiati, Nikmah Salisah. 2011. Komunikasi Kesehatan: Perlunya Multidisipliner Dalam Ilmu Kesehatan. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No.2, Oktober 2011. 169-193. Retrieved on 4th March 2015. <http://jurnalilkom.uinsby.ac.id/index.php/jurnalilkom>
- Ika, Afiani Limananti, & Triratnawati, Atik, 2003. RAMUAN JAMU CEKOK SEBAGAI PENYEMBUHAN KURANG NAFSU MAKAN PADA ANAK: SUATU KAJIAN ETNOMEDISIN. MAKARA, KESEHATAN, VOL. 7, NO. 1, 2003. Retrieved on 2th March 2015 <http://repository.ui.ac.id/dokumen/lihat/46.pdf>,
- Islahul Fikriyah, Islahul. At al.2013. Sexual Lifestyle “Campus Chicken” And The Effect of Transmition Risk of Sexual Transmitted Infections (STIs). Jurnal Pustaka Kesehatan, vol. 1 (no. 1), September 2013.24-28. Retrieved on 3th March 2015. <http://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPK>
- Purnamawati, Dewi & Ariawan, Iwan. 2012. Jamu Consumption by Pregnant Mothers as a Risk Factor of Newborn Asphyxia. Kesmas, Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional Vol. 6, No. 6, Juni 2012. 267-272, Retrieved on 2th March 2015 [.http://jurnalkesmas.ui.ac.id/index.php/kesmas/article/viewFile/80/81](http://jurnalkesmas.ui.ac.id/index.php/kesmas/article/viewFile/80/81)
- Komitmen Minum Jamu, 2015. Retrieved on 28th Feb 2015 <http://www.litbang.kemkes.go.id/node/650>,
- Riset Saintifikasi Jamu, 2015. Retrieved on 2th March 2015. <http://www.litbang.depkes.go.id/riset-jamu>.
- Sejarah Jamu, 2012. Retrieved on 2th March 2015 http://jamuindonesia.com/shop/index.php?route=news/article&news_id=15
- Wijoyo, Padmiarso M. 2008. Sehat Dengan Tanaman Obat. (seri kesatu). Bee Media Indonesia. Jakarta
- . 2008. Sehat Dengan Tanaman Obat. (seri kedua). Bee Media Indonesia. Jakarta
- . 2008. Sehat Dengan Tanaman Obat. (seri ketiga). Bee Media Indonesia. Jakarta
- . 2008. Sehat Dengan Tanaman Obat. (seri keempat). Bee Media Indonesia. Jakarta
- . 2008. Sehat Dengan Tanaman Obat. (seri kelima). Bee Media Indonesia. Jakarta

KONSTRUKSI MAKNA NARSISTIK DALAM MEDIA SOSIAL (Analisis Fenomenologi dan Deskripsi dalam Ruang Virtual Pengguna Path)

ATWAR BAJARI

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Bandung
Jalan Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor, Kabupaten Sumedang
atwar.bajari@unpad.ac.id, atwarbajari@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial memiliki kemampuan mengekspresikan kebutuhan pengguna. Bagi orang-orang yang memiliki keinginan untuk menampilkan diri sebagai orang penting dan bernilai, media sosial menjadi alat yang mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi narsistik mereka. Melalui penulisan status, penayangan foto, dan makan di tempat favorit, mereka ingin menunjukkan diri kepada publik.

Di antara media sosial, Path memberikan menu narsistik yang lebih lengkap dengan privasi yang ketat. Path hanya menyediakan 500 anggota pertemanan. Pengguna bisa menampilkan eksplorasi gaya narsistik, namun juga memiliki filter privasi yang ketat. Jika tidak berteman, orang lain tidak bisa melihat status pengguna.

Dalam teori Psikodinamika dari Sigmund Freud, narsistik membutuhkan alat perpanjangan untuk mengekspresikan sikap kepada orang yang lain yang dianggap harus mengetahui (*significant person*). Kemudian, Menurut McQuail, media memiliki kemampuan menyalurkan motif dan kebutuhan pengguna secara lebih luas.

Penelitian deskriptif dan fenomenologi pada ruang virtual, bertujuan untuk menjelaskan penggunaan Path dan jenis-jenis eksplorasi narsistik melalui media sosial tersebut. Kemudian menjelaskan bentuk-bentuk narsistik yang disajikan melalui Path. Data dikumpulkan melalui analisis ruang virtual para pengguna Path serta wawancara terbatas dengan pengguna Path.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Path telah menjadi ruang bercerita mengenai diri sendiri secara mendalam dengan volume pembuatan status yang tinggi setiap hari. Path menjadi alat eksplorasi narsistik pengguna karena dianggap mampu menjaga privasi mereka. Hal ini dilakukan dengan mengatur melalui filter pertemanan pengguna. Kemudian Path dipersepsi sebagai media sosial yang memberikan rasa nyaman bagi pengguna dibanding media lainnya.

Kata Kunci: *Narsistik, Fenomenologi Virtual, Path, Sigmund Freud, Psikodinamika, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial menunjukkan angka peningkatan yang fantastis. Jauh meninggalkan penggunaan media konvensional yang lebih masif dan terbatas. Bahkan ada kecenderungan mempengaruhi penggunaan media konvensional, setelah media sosial hadir dalam kehidupan komunikasi sosial. Hal ini dipengaruhi oleh kemampuan media tersebut dalam menyediakan berbagai fungsi, menu, volume dan kemampuan interaktivitas yang melebihi kemampuan media massa, media on-line dan komunikasi data lainnya yang hadir sebelum media sosial digunakan.

Penelitian di Inggris (Bajari, 2016) menunjukkan bahwa, masyarakat di United Kingdom banyak menggunakan media sosial seperti *MySpace, Facebook, dan Bebo5*. Media

sosial tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi tentang aktivitas, minat, dan hobi. Secara lebih rinci, kebiasaan menggunakan media sosial di Inggris dikelompokkan ke dalam: *Viewing content and/or finding information*, dalam hal ini penggunaan selalu mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh orang lain. Bahan bisa mengetahui isi tentang apa yang sedang dipikirkan orang lain melalui pembacaan status *up-date* terbaru. Kemudian, *Creating and customizing profiles* dengan cara selalu senang menampilkan kesan terbaru tentang mereka dengan merubah profil foto. Mereka dapat menciptakan kesan tentang siapa pengguna dengan profil, musik yang disukai, buku dan film yang sedang di tonton.

Ketiga, *authoring and uploading your own content*. Konten ini mungkin dalam bentuk pesan, foto, video atau musik. Keempat, *posting messages—public and private*, seorang *facebooker* atau pengguna lainnya senang sekali menyampaikan pesan tentang apa yang mereka pikirkan dan diketahui publik melalui status atau pesan singkat kepada beberapa teman atau personal secara instan. Kelima, berkolaborasi dengan orang lain. Menjadi bagian dalam kelompok adalah hal unik dan menyenangkan. Demikian halnya dalam media sosial, pengguna ingin orang lain atau teman di media virtualnya mengetahui bahwa dia orang penting dan berkelas. Caranya adalah bergabung dengan kelompok virtual berdasarkan minat, ketertarikan, atau kepentingan lainnya. Mereka menggunakan alat layanan untuk membuat grup. Pengguna secara kolektif membuat profil, mengadakan diskusi, dan menyimpan, berbagi dan mengomentari objek yang sama tentang sebuah topik.

Namun demikian, bagi para pengguna, terdapat orang-orang yang tidak sepenuhnya ingin diketahui orang lain mengenai status dan kegiatan mereka yang disampaikan melalui media sosial. Mereka hanya mengharapkan orang-orang tertentu saja secara terbatas. Facebook bagi mereka terlalu masif dan terbuka, dimana orang lain yang bukan teman sekalipun dapat melihat status mereka jika tidak dilakukan privatisasi atau filtering. Orang dengan perilaku media sosial demikian akan beralih ke Path sebagai solusinya, Path hanya menyediakan pertemanan yang betul-betul eksklusif dan terbatas. Sampai saat ini Path hanya menyediakan 500 slot pertemanan. Di samping itu filter dalam Path lebih ketat, seseorang tidak dapat melihat apapun dalam *timeline* pengguna lainnya.

Bagi pengguna, hal ini akan berpikir bahwa Path adalah media yang tepat untuk mengeksplorasi ke-narcisannya tanpa mendapatkan celaan dari orang-orang yang tidak mereka kenal. Pengguna merasa nyaman dengan apa yang mereka tuliskan dan tampilkan, tanpa harus merasa takut akan dikomentari ataupun “dihujat” oleh orang-orang yang tidak mereka kenal.

Di dalam Path, status *up-date*, lokasi, foto dan video sekalipun dapat diunggah dalam *time-line* pengguna. Bahkan mereka bisa menuliskan status atau *self motivation* personal melalui menu *pathdaily*, yang terkadang sangat unik, berlebihan, sangat menggugah, dan bahkan tidak penting buat orang lain. Dalam hal inilah karakter narsistik seseorang sangat terlihat dan terukur untuk menjadi terkesan penting dari menurut orang lain.

Narsistik adalah sebuah bentuk perilaku untuk kelihatan sangat penting, berharga, memiliki reputasi, walaupun belum tentu tidak demikian. Reputasi artifisial dibuat sedemikian rupa (*impression management*). Panek, Nardis dan Konrath dan Wickel yang dituliskan oleh Laura E. Buffardi and W. Keith Campbell, (2008). menjelaskan bahwa,

Narcissism is characteristically illustrated as an affinity to believe one's self to be superior over others, to incessantly pursue adoration from others, and to participate in egotistical thinking and behavior.” Kemudian, Narcissism refers to a personality trait reflecting a grandiose and inflated self-concept. Specifically, narcissism is associated

with positive and inflated self-views of agentic traits like intelligence, power, and physical attractiveness.

Narsistik membutuhkan media untuk perpanjangan efek dan apresiasi dari pihak lain. Narsistik harus nampak ke permukaan dalam perilaku sosial. *Selfie* foto diri atau benda yang dimiliki dan *event* yang sedang diikuti memerlukan atraksi untuk diketahui. Dalam hal ini media sosial digabungkan dengan *instant editing* foto atau gambar menjadi realitas baru yang membentuk atraksi. *“This can be done in an attempt to gain popularity and attention from the people that we interact with online. Buffardi (2008) looked at the different associations that narcissistic personality disorder (NPD) has with social media. (Buffardi, 2008)*

Popularitas adalah sesuatu yang menjadi tujuan pengguna. Apakah Path sebagai media sosial bisa atau mampu mengekspresikan jiwa narsistik seseorang? Melalui apa hal itu bisa dilakukan? Tiffany A. Somerville (2016) menyebutkan bahwa, *“.....that increased social media use (i.e. time spent on social media and number of social media sites/applications used) would be associated with higher HSNS scores”*. HSNS adalah pengukuran terhadap tingkat narsistik seseorang, yang merupakan kepanjangan dari *Hypersensitive Narcissism Scale (HSNS)*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Bagaimanakah pengguna Media Sosial Path mengeksplorasi sisi narsistiknya dalam media Sosial Path?” Selanjutnya juga, “Bagaimana pengguna memaknai pengalaman narsistik yang disajikan melalui Path?”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Fenomenologi terhadap konten pengalaman virtual dari para pengguna Media Sosial Path. Fenomenologi adalah sebuah telaahan terhadap pengalaman dalam atau sisi subjektif dari pelaku dalam melihat diri dan perilakunya. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap beberapa akun pengguna Path secara periodikal. Aspek yang dijadikan analisis data adalah gambar, kalimat status, dan tanda-tanda lainnya yang terintegrasi dalam status atau timeline seseorang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Media Sosial Memasuki Era Web 3.0

Perkembangan web memasuki generasi ketiga atau disebut Web 3.0 setelah sebelumnya dikembangkan Web 1.0 dan Web 2.0. Tim Berners-Lee, penemu World Wide Web, menyebutkan bahwa Web 3.0 memiliki kemampuan membaca seperti cara berpikir manusia. Web 3.0 bisa melakukan pembacaan lembar demi lembar *query* tanpa harus berpindah atau menutup halaman sebelumnya. Oleh karena itu, Web 3.0 mewakili terminologi sebagai kecerdasan artifisial yang sangat memadai.

Berbeda dari generasi web sebelumnya, Web 3.0 disebut sebagai web semantik. Alasannya adalah isi web dapat dibaca dalam bentuk format yang bisa diakses oleh agen software, tidak hanya dalam bahasa asli pengguna. Web memiliki interaksi humanistik lebih baik, karena manusia dapat berkomunikasi dengan mesin pencari. Kita bisa meminta Web untuk mencari suatu data spesifik tanpa bersusah payah mencari satu per satu dalam situs-situs Web. Jika diformulasikan, web 3.0 bisa dijabarkan dalam perumusan

berikut : $WEB\ 3.0 = 4C + P + VS$ $4C = content, commerce, community, context$ $P = personality$ $VS = virtual\ search$ ¹⁰

Maka, web 3.0 sebagai asisten personal, penggunaanya akan dibantu untuk mengetahui segala sesuatu tentang kebutuhan mereka dan sekaligus mengakses internet untuk mencari jawaban dari kebutuhannya itu.¹¹ Terdapat komunikasi interaktivitas dari web yang melayani semua kebutuhan.

Melalui web 3.0, dengan evolusi dari web sebelumnya, pengguna dapat mencari semuanya melalui google, baik itu film atau review restoran atau hal-hal lain yang anda inginkan. Pengguna meninggalkan rumah dengan memiliki sedikit pengetahuan tentang tempat yang akan kunjungi. Seringkali, sebelumnya kita mendapatkan sebuah restoran yang dikunjungi ternyata makanannya tidak enak, atau hotel setelah didatangi ternyata lingkungannya tidak nyaman. Atau mungkin juga kita harus mencari di laman yang lain dengan terlebih dahulu menutup laman sebelumnya. Banyak ahli Internet percaya bahwa ini akan segera diatasi, dengan Web 3.0

Beberapa pengamat dan penulis web menyebutkan bahwa, dalam era web 3.0, pengembangan aspek sosial sebuah web mulai dipertimbangkan. Aspek sosial yang dimaksud, terutama adalah aspek interaksi. Bagaimana sebuah web dapat memberikan sebuah interaksi sesuai dengan kebutuhan informasi setiap pemakaiannya, merupakan sebuah tantangan utama dikembangkannya versi Web 3.0 ini.¹²

Perkembangan itu tentu akan membawa pada perubahan layanan fitur dalam media sosial. Basis kebutuhan dasar tetap dipenuhi seperti layanan *up-date* terbaru dalam *time-line* pengguna, kemudian pada saat yang bersamaan pengguna media sosial akan membangun *link* dengan mesin pencari yang berkaitan dengan lagu yang sedang hits, film yang sedang digemari, buku yang ramai dibaca, dan lain-lain yang kemudian bisa dilayani oleh mesin pencari.

1.2. Fitur Path sebagai Saluran Narsistik

Path memiliki kelebihan dibandingkan media sosial lainnya dalam menyediakan kebutuhan dan gaya narsistik pengguna. Aspek yang sangat menjamin mereka untuk berperilaku narsistik secara terbuka dan bebas adalah filtering pada pengguna melalui kuota pertemanan yang disediakan. Para pengguna dapat memilih orang-orang yang akan dijadikan teman, sehingga mereka akan betul-betul memilih teman yang dekat dan akrab. Sehingga di antara mereka, telah saling memahami dan mengetahui satu sama lain. Dalam arti bahwa, selain di dunia virtual, dalam dunia sosial atau dunia keseharian sekalipun mereka sudah saling menganal satu sama lain.

¹⁰ <http://wikipedia.com>

¹¹ *ibid*

¹² <http://fryunfirst.blogspot.co.id/2013/05/pengertian-web-10-20-30.html>



Gambar 1
Path itu Isisnya Orang Pamer. Setuju Nggak?¹³

Hal ini tentu akan menjamin bahwa, apapun yang dilakukan, sejauh teman dalam media tersebut saling mengenal, mereka berhitung dengan resiko kecil dalam memposting aktivitas mereka. Selanjutnya, Path juga tidak menyediakan atau mengizinkan seorang pengguna untuk melihat atau memperhatikan orang yang tidak berstatus teman. Hal ini berbeda dengan FB yang lebih mudah untuk diakses, sehingga secara mudah seseorang bisa meminta pertemanan jika sudah bisa mengetahui orang yang dilihatnya. Path harus melakukan pencarian dan mengajukan pertemanan berbasis e-mail atau kontak seluler.



Gambar 2
Pamer adalah Tuntutan Hidup¹⁴

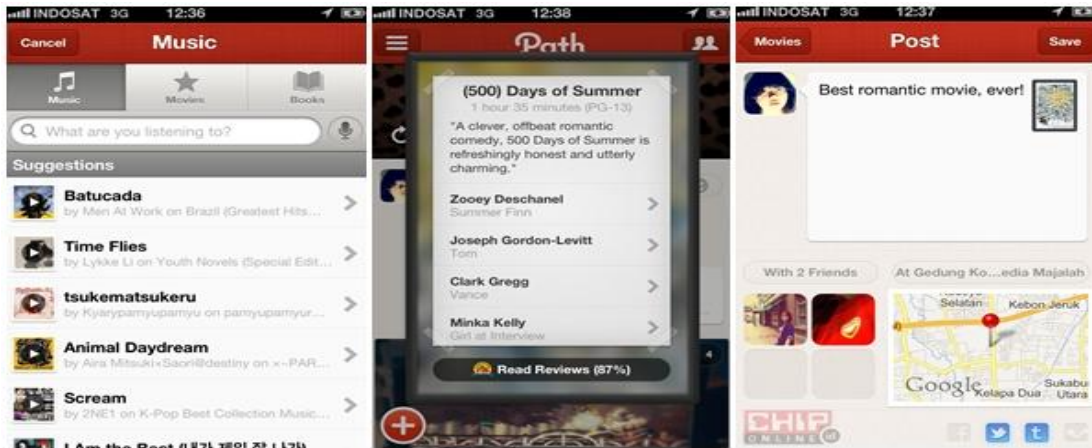
Filtering semacam ini, secara psikologis menyebabkan pengguna merasa aman, tidak terganggu, dan lugas berekspresi. Melakukan tindakan narsistik juga membutuhkan pertimbangan rasional, jika berhadapan dengan resiko lebih besar. Secara psikologi kognitif, dalam satu sisi narsistik membutuhkan perhatian melalui *self impression management*, tetapi rasio tetap jalan dengan penggunaan fasilitas tadi. Oleh karena itu, menurut penelaah, ada tren pengguna Path lebih pamer dibanding media sosial lainnya.

Karena banyak fitur mulai dari update status, foto, lokasi, musik, film, buku dan lain-lain, bikin warga path jadi cenderung 'pamer'. Kecuali buat fitur musik, film, dan buku ini yang paling lumayan karena ga terlalu ganggu. Lain lagi soal update status, lokasi dan foto selfie. Tiap ke suatu tempat restoran misalnya walaupun belum duduk belum pesan makanan yang dilakukan pertama adalah check in lokasi di path.¹⁵

¹³ <http://www.nyunyu.com/medias/2015/05/diskusi-path-itu-isinya-orang-pamer-setuju-nggak-600.jpg>

¹⁴ <https://pbs.twimg.com/media/CcsETP5UMAA93dF.jpg>

¹⁵ www.makemac.com/path-release-kong



Gambar 3
Layana Path¹⁶

Fitur yang disediakan Path, memang sarat dengan *up-date*. Dengan pengaturan pada menu yang sudah disediakan oleh Path, pengguna bisa menunjukkan status dengan statemen tentang apapun yang sedang mereka pikirkan, foto, musik yang sedang mereka dengarkan, film, buku, lagu dan musik, film yang sedang ditonton, radio yang sedang di dengarkan. Bahkan mereka bisa membuat status dengan Pathdaily. Fitur yang sangat mengasyikan telah mendorong pengguna membangun citra atau impression melalui pesan verbal yang terkadang berlebihan. Terkesan seolah penting, dengan menggunakan kata-kata yang hiperbolis untuk mengungkap hal yang biasa.



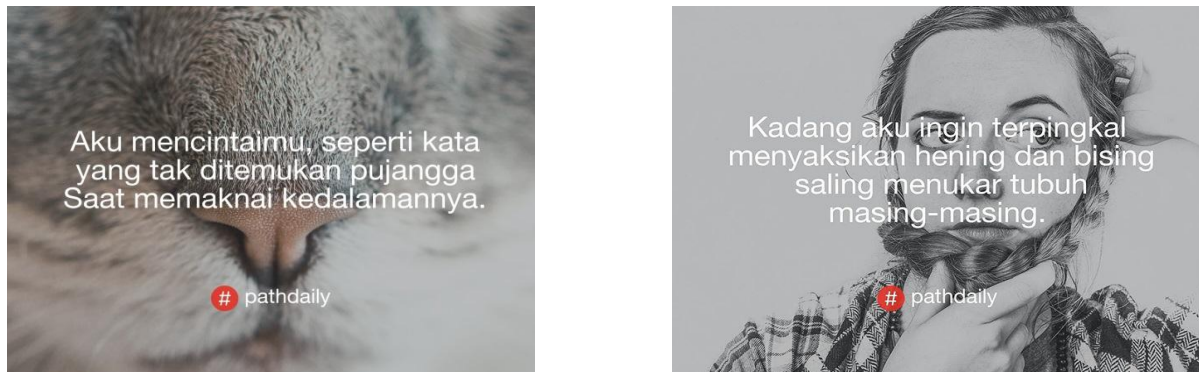
Gambar 4
Selasa (Semakin Lama Semakin Sayang) #pathdaily¹⁷

Dengan tagar Path Daily, pengguna bisa mengunggah kata-kata biasa pada kolom *share moment*. Selanjutnya pengguna menambahkan tagar #pathdaily pada bagian akhir dari kalimat. Hasilnya, begitu pengguna klik *save* kata-kata yang diunggah, secara otomatis berubah menyerupai sebuah [meme](#). Namun demikian, uniknya Pathdaily, pengguna tidak bisa memilih gambar apa yang akan ditayangkan sekehendak mereka bersamaan dengan kata-kata yang diunggah tersebut. Jadi kadang-kadang antara kata-kata atau pesan

¹⁶ www.Indonesia.com/fitur+path+terbaru

¹⁷ <http://opini.id/opini/82240/-sampai-kapan-indonesia-jadi-bangsa-yang-mem-viralkan-produksi-negeri-asing>

verbal yang dituliskan dengan gambar yang digunakan terbentuk secara *random*, layaknya sebuah kejutan yang dilakukan oleh Path.¹⁸



Gambar 5
Kreativitas dengan pathdaily #pathdaily¹⁹

Fitur lain, yang menyediakan saluran narsistik yang sederhana serta dapat dilakukan secara otomatis melalui pengaturan pada *Setting*, adalah berita lokasi. Path secara otomatis bisa melaporkan pengguna datang dan sedang berada dimana. Fasilitas ini ternyata sangat memanjakan pengguna. Seperti pernah dikupas oleh Tabloid Nova On-line bahwa;

Yang juga populer (di Indonesia) adalah layanan berbasis lokasi. Saya tak tahu mengapa, mungkin karena Indonesia adalah negara yang geografinya beragam. Kami lihat banyak sekali pengguna yang melakukan *check-in*.²⁰

1.3. Bentuk-bentuk Pengalaman Narsistik

Media sosial sudah menjadi tumpahan gaya narsistik pengguna. Hal ini tidak bisa dibantah lagi jika menggunakan beberapa hasil penelitian empirik yang sudah ada. Sebuah penelitian *Narcissism and Social Networking Web Sites* yang dikembangkan oleh Laura E. Buffardi W dan Keith Campbell (2016), menunjukkan bahwa orang senantiasa menunjukkan sikap-sikap narsistik melalui penggunaan pernyataan atau foto promosi tentang diri sendiri (*self-promoting*), foto-foto atraktif, foto provokatif dan foto-foto lucu. Disamping itu, mereka juga menggunakan narsistik *impression* sebagai bagian dari gaya narsistik mereka.

¹⁸ <http://tekno.liputan6.com/read/2534422/menjajal-update-kekinian-path-daily>

¹⁹ <http://www.hipwee.com/hiburan/kumpulan-pathdaily-ini-bikin-senyum-sendiri-dari-yang-ingat-mantan-sampai-jualan-nasi-padang-ada-aja-di-sini/>

²⁰ <http://tabloidnova.com/Gadget/Kebiasaan-Orang-Indonesia-Di-Path>

TABLE 1: Facebook Correlates With Owners' Narcissism Scores and Raters' Narcissistic Impression Ratings

	Owners' Narcissism	Raters' Narcissistic Impression
Objective Facebook page criteria		
Quantity of social interaction ($\alpha = .75$)	.23***	.31***
Quantity of information listed about self	.07	.29***
Subjective Facebook page criteria coded by research assistant (RA) raters		
Self-promoting information about self ($\alpha = .76$)	.18*	.32***
Self-promoting quotes ($\alpha = .94$)	.19*	.21**
Entertaining quotes ($\alpha = .88$)	-.28***	-.11
Main photo attractiveness	.18**	.33***
Main photo self-promotion ($\alpha = .89$)	.19**	.37***
Main photo sexiness ($\alpha = .71$)	.20**	.33***
Self-promoting pictures ($\alpha = .95$)	.10	.28***
Provocative pictures ($\alpha = .85$)	.07	.34***
Fun pictures ($\alpha = .88$)	.18**	.17*
Impression ratings by participant raters		
Communal impression ($\alpha = .95$)	-.09	-.60***
Agentic impression ($\alpha = .93$)	.28***	.39***
Narcissistic impression ($\alpha = .92$)	.25***	

* $p \leq .10$. ** $p \leq .05$. *** $p \leq .01$.

Tabel 1
Analisis Media Sosial Facebook dan Narsisme
(Sumber Buffardi dan Campbell, 2016)

Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa media sosial telah menjadi ruang ekspresi narsistik secara universal. Demikian halnya dengan Path sebagai sebuah media sosial pendatang baru. Hampir semua penelaah menyebutkan bahwamotif-motif narsistik difasilitasi dengan berbagai fitur Path. Beberapa fitur yang bisa digunakan sebagai ruang ekspresi kode-kode narsistik diantaranya adalah:

a. Penulisan Status

Perhatikan sebuah status dari seorang pengguna Path yang menuliskan kalimat, “Yeaaaaay, jalan-jalan lagi malem-malem”. Kemudian ditandai dengan notifikasi atau pemberitahuan tempat dimana mereka berada. Tulisan ini diambil dari status pengguna yang menjadi objek pengamatan penulis. Menarik sekali, karena yang bersangkutan termasuk pengguna Path yang menjadi objek pengamatan penulis. Tiga jam sebelumnya, yang bersangkutan dalam statusnya masih membicarakan jenis baju yang harus dipakai sebelum pergi jalan-jalan. Bahkan siang hari masih menuliskan status menuju tempat atau lokasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan penting sehubungan dengan profesi yang bersangkutan.

Jika diperhatikan, dalam satu hari seseorang bisa menuliskan status dalam *time-line* (*up-date*) tentang kegiatan mereka lebih dari enam kali per hari. Tidak ada tempat, kegiatan, pertemuan, atau acara penting lainnya yang tidak dilaporkan dalam media sosial Path. Hal ini adalah kebiasaan yang dilakukan sebagian besar pengguna Path. Bahkan pada pengguna lainnya, dengan karakteristik lebih muda atau anak muda, *up-date* satu dalam *time line* mereka bisa lebih tinggi intensitasnya dalam satu hari.

b. Foto Diri/Grup

Foto diri atau *selfie* menjadi tren atau paling banyak diposting atau dikirimkan oleh pengguna Path. Foto yang diambil secara instan dari kamera telepon seluler menampilkan gambar secara *close-up* atau *extreme close-up*. Pengambilan dilakukan baik secara langsung atau menggunakan alat yang disebut dengan tongsis atau tongkat narsis. Perlengkapan penting yang sebenarnya merupakan pengganti alat berkaki tiga atau tripod, digunakan supaya bisa mengambil gambar dengan *self-timer* untuk memberi waktu pengaturan pada pengguna. Tongsis adalah *self-portraits monopod* yang dapat memberikan ruang pengambilan gambar dan sudut pandang lengkap seperti *top angle*, *low angle*, atau frontal.

Hal lain yang penting setelah pengambilan gambar adalah penyempurnaan gambar supaya hasilnya lebih cantik, mulus, terang dan *magic treatment*. Pengguna akan *retouch* gambar/foto dengan aplikasi instant photo maker. Misalnya; instant Beauty Plus, Cymera Season 2, Pixlr Express, Adobe Photoshop Express dan Pixlr-o-matic. Jika *retouch* sempurna, finalisasi adalah *up-loading* gambar dalam ruang *time-line* mereka.

Pengguna bisa mengedit tampilan kulit wajah, efek cahaya, *cropping* gambar, mode, saturasi, bentuk dan lain-lain supaya terkesan lebih cantik atau impresif. Bahkan foto diri juga seringkali dilakukan bersama-sama (*wefie*) untuk menampilkan kekompakan dan citra bersama diantara mereka. Status teks yang dimunculkan misalnya; “makan bareng di”, “reuni dengan...” atau sedang melakukan aktivitas/pekerjaan di ruang publik kemudian diberikan teks; “komunikasi krisis sejatinya memandu organisasi untuk menghindari dari jebakan kesalahan yang berulang”, atau menambahkan impresi untuk mengekspresikan suasana melalui kalimat, “*amazing conference*,” *wonderfull vocation*”, dan “*greats seasons*”. Jikapun untuk menunjukkan kesibukan, maka akan ditunjukkan dengan kalimat, “*late breakfast*”, atau kalau terlambat sekali ditulis, “*break lunch*” karena makan pagi mendekati siang, dan lain-lain.

c. Foto Aktivitas

Aktivitas yang paling banyak dijadikan objek jepretan untuk foto status dalam para pengguna yang menjadi objek pengamatan penelitian media Path adalah, tempat makan (resto, café, rumah makan favorit), belanja, menginap di hotel ternama, perjalanan atau wisata dengan objek wisata, sedang melakukan *meeting* dengan suasana ruang rapat, ruang seminar, dan tidak tertinggal aktivitas perawatan diri dan relaksasi di salon, *beauty center*, dan tempat perawatan lainnya. Bahkan di luar itu, Path menyediakan status menginap atau tidur di mana dan atau bangun di mana. Menu ini bisa diatur secara otomatis. Ada pemeco di kalangan pengguna bahwa, “Mungkin karena generasi milenial udah kebiasaan *check in* di Path jadinya aktivitas yang gak terlalu penting macam bangun tidur tuh juga harus dilaporin sama orang lain”.²¹

²¹ <http://www.huntnews.id/>



Gambar
Awake in London, Sleeping in London²²

d. Informasi Kedatangan di Path

Path menyediakan layanan informasi kedatangan dari seseorang pengguna. Berbasiskan lokasi atau tempat yang dibaca oleh aplikasi. *Airplane mode*, pasti semua smartphone memiliki fitur *airplane mode*. Path menggunakan fitur ini untuk akses lokasi terbaru yang nantinya akan dibaca (dibandingkan) dengan lokasi terakhir sebelum kita menonaktifkan atau menghidupkan *airplane mode smartphone* yang digunakan. Memakai mode ini tentu tidak harus selalu naik pesawat, berbeda lokasi wilayah seperti kabupaten, sudah dapat dibaca oleh Path untuk memberitahukan lokasi baru di kabupaten yang dituju.

Bagi para pengguna yang ingin terlihat aktif dan dinamis, menu ini menyenangkan, karena akan menunjukkan tingkat mobilitas dan kesibukan dirinya. Apalagi jika lokasi itu berkaitan dengan tempat dengan jarak perjalanan yang jauh serta tidak semua orang bisa melakukannya. Contohnya, informasi kedatangan di bandara, stasiun kereta api dan tempat yang dituju adalah hal yang sangat banyak dilaporkan.

²² ibid



Gambar
Fitur Pemberitahuan Kedatangan²³

e. Keluarga/Anak, Penghargaan dan Undangan Penting

Bentuk lain yang ditampilkan dalam Path yang menunjukkan ke-narsis-an seseorang adalah informasi keluarga atau anak dengan beragam cerita. Misalnya bayi yang sudah bisa makan sendiri, bermain atau sakit. Menginjak anak yang lebih besar berita tentang anak sering kali dieskpos adalah prestasi dalam berbagai bidang, tempat dan jenis makanan favorit, arena bermain, dan keterampilan/kemampuan anak yang baru dikuasai.

Bentuk lain yang ditampilkan biasanya adalah penghargaan, *graduation*/wisuda atau kelulusan pengguna atau orang lain (teman), atau undangan penting dari lembaga yang memiliki kredibilitas tinggi. Bahkan kasus ini telah menyeret kasus penyelidikan seseorang pengguna yang terlalu narsis karena *up-load* surat penting dari lembaga negara yang sangat strategis, dimana dirinya diterima sebagai anggota Dewan Informasi Strategi dan Kebijakan BIN Indonesia.

Hal ini kemudian mengundang pemberitaan dalam media massa on-line atas kelakuan pengguna yang telah mengekspose surat penting tersebut. Perhatikan petikan berita berikut ini:

Kasus ini menurut Mahfudz mencerminkan tidak profesionalnya BIN dalam merekrut anggota di badan informasi strategis yang sejatinya diperuntukan bagi para pakar. "Jadi badan informasi strategis ini adalah lembaga pendukung BIN, menghimpun informasi dan kajian yang diisi oleh para pakar. Saya tidak ngerti apakah Banyu Biru mewakili kepakaran tertentu itu di bidang politik," ujarnya. Apabila SK itu benar dan Banyu memang pamer di sosmed maka itu menunjukkan yang bersangkutan tidak mengerti urusan-urusan BIN. Tapi kalau SK itu tidak benar dan Banyu Biru berinisiatif pamer SK palsu itu, maka bisa mengarah pelanggaran pidana."²⁴

²³ <http://www.trentekno.com/22821/22821/>

²⁴ <http://www.jpnn.com/read/2016/02/02/354303/Pamer-SK-BIN-di-Path,-Banyu-Biru-Bisa-Dipidana->



Gambar
Pamer SK Pengangkatan di Path²⁵

1.4. Narsistik Dalam Media Sosial

Melihat pada uraian yang telah dipaparkan, perilaku narsistik mendapatkan saluran atau media yang efektif. Bagaimanapun narsistik harus diketahui oleh orang lain. Seperti dikatakan Mehdizadah (2010) bahwa manusia selalu mengelola dan menumbuhkan/ menampilkan presentasi dirinya.

Narsistik adalah sebuah kondisi dimana diri dikelola sedemikian dan ditampilkan di ruang publik. Para ahli Psikodinamika dan juga Freud (Psikoanalisa) menggunakan istilah narcissism untuk mendeskripsikan orang-orang yang menunjukkan dirinya sebagai orang penting secara berlebih-lebihan dan yang terokupasi dengan keinginan mendapatkan perhatian, dari orang lain.²⁶

Dalam upaya menampilkan diri itu, media seperti halnya Path memiliki kemampuan untuk memberikan saluran ekspresi. McQuail dengan menggunakan konsep McLuhan menyebutkan bahwa media adalah perpanjangan mata dan ceritra dari para pengguna. Media memiliki kemampuan mengedarkan hasrat dan kebutuhan untuk diketahui oleh orang lain.

Demikian halnya dengan para pengguna Path, mereka mengeksplorasi kemampuan aplikasi media tersebut untuk menampilkan citra dirinya (self-esteem) dengan melakukan pengolahan pesan sedemikian rupa. Dalam hal mendapatkan apresiasi dari orang lain, pengguna bisa mengedit informasi dengan menambah, mengurangi, atau melipatkan ceritra dibalik peristiwa yang sesungguhnya.

Menggunakan konsep Markus dan Nurius, Mehdizadeh (2010) menyebutkan dua kategori yang ditampilkan oleh individu dalam media sosial, *NOW SELF* dan *POSSIBLE SELF*. *Now self* adalah sesuatu yang sudah *establish*, yang ditampilkan kepada orang lain. Sedangkan *Possible self* adalah identitas serba mungkin, sulit diidentifikasi dan bermain peran.

...and the "possible self," an identity unknown to others. Users can achieve the latter state by withholding information, hiding undesirable physical features, and

²⁵ ibid

²⁶ Karina Sari dalam <https://psikologiabnormal.wikispaces.com/Narcistik+Personality+Disorder>

*role-playing. This effect is most pronounced in anonymous online worlds, where accountability is lacking and the “true” self can come out of hiding.*²⁷

Studi yang dilakukan oleh Ellison dan kawan-kawan (Mehdizedah, 2010), bahwa individu bertindak secara berbeda antara dunia sosial dengan dunia virtual atau *on-line*. Dalam dunia virtual (*on-line*) menunjukkan bahwa presentasi diri secara *on-line* (*online self-presentation*) bervariasi sesuai dengan sifat pengaturan. Tergantung pada persepsi seperti apa dan diharapkan dalam bentuk bagaimana oleh pengguna. Hasil empirik lainnya, Ellison menyebutkan bahwa, terdapat hubungan antara narsisme dan harga diri seseorang. Individu dengan harga diri yang rendah akan berkorelasi dengan jumlah lebih besar dalam mempromosikan konten “diri” pada halaman media sosial (*Facebook*) mereka.

*The association between narcissism and self-esteem was also used to predict that individuals with low self-esteem would be correlated with a greater amount of self-promotional content on their Facebook pages.*²⁸

PENUTUP

Kesimpulan makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Path telah menjadi ruang bercerita mengenai diri sendiri secara mendalam dengan volume pembuatan status yang tinggi setiap hari.
2. Path menjadi alat eksplorasi narsistik pengguna karena dianggap mampu menjaga privasi mereka. Hal ini dilakukan dengan mengatur filter pertemanan pengguna. Bentuk-bentuk yang ditampilkan berupa up-date status, foto diri, foto aktivitas, informasi tempat dan kedatangan, anggota keluarga, undangan dan pemberitahuan penting lainnya.
3. Kemudian Path dipersepsi sebagai media sosial yang dianggap mampu memberikan nilai objektivasi tentang diri mereka, yaitu melalui penataan possible self pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/Jurnal Internasional/Makalah

- Bajari, Atwar, “Bahasa Provokasi dalam Media Sosial Pecinta Klub Sepakbola Tanah Air (Studi Etnografi Komunikasi Virtual pada Facebook Fans Klub Fanatik Persib Bandung dan Persija Jakarta),” *Makalah*, Disajikan dalam Seminar Nasional The 3rd Indonesia Media Research 2016, SPS-IMRAS, Semarang 3-4 September, 2016 .
- Buffardi, Laura E. and W. Keith Campbell, “Narcissism and Social Networking Web Sites,” *Bulletin*, 34(10), 1303-1314., Campbell University of Georgia, 2008.
- McQuail, Denis, (1998), *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta.
- Mehdizadeh, Soraya, Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook, *International Journal*, International Journal of Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, Volume 13, Number 4, 2010^a Mary Ann Liebert, Inc.

²⁷ Soraya Mehdizadeh, Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook, 2010

²⁸ Ibid

Creswell, John W., (1998), *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*, London: Sage Publications.

Sumber Digital

Sari, Karina, Narcistic Personality Disorder (NPD), *Blog Psikologi Abnormal*, diunduh dari <https://psikologiabnormal.wikispaces.com/Narcistik+Personality+Disorder>, 3 November 2016, pukul 14.51.

Somerville, Tiffany A., "The effect of Social Media Use on Narcissistic Behavior," di unduh dari <https://www.mckendree.edu/academics/scholars/somerville-issue-25.pdf>, 3 November 2016, pukul 08.00.

<http://wikipedia.com>, diunduh pada 2 November 2016, pukul 09.00.

<http://fryunfirst.blogspot.co.id/2013/05/pengertian-web-10-20-30.html>, diunduh pada 2 November 2016, pukul 10.00.

<http://www.nyunyu.com/medias/2015/05/diskusi-path-itu-isinya-orang-pamer-setuju-nggak-600.jpg>, diunduh pada 1 November 2016, pukul 20.00.

<https://pbs.twimg.com/media/CcsETP5UMAA93dF.jpg>, diunduh pada 1 November 2016, pukul 20.00.

www.makemac.com/path-release-kong, diunduh pada 2 November 2016, pukul 20.00.

www.Indonesia.com/fitur+path+terbaru, diunduh pada 1 November 2016, pukul 20.00.

<http://opini.id/opini/82240/-sampai-kapan-indonesia-jadi-bangsa-yang-mem-viralkan-produksi-negeri-asing>, diunduh pada 1 November 2016, pukul 20.00.

<http://tekno.liputan6.com/read/2534422/menjajal-update-kekinian-path-daily>, diunduh pada 2 November 2016, pukul 20.00.

<http://www.hipwee.com/hiburan/kumpulan-pathdaily-ini-bikin-senyum-sendiri-dari-yang-ingat-mantan-sampai-jualan-nasi-padang-ada-aja-di-sini>, diunduh pada 3 November 2016, pukul 20.00.

<http://tabloidnova.com/Gadget/Kebiasaan-Orang-Indonesia-Di-Path>, diunduh pada 29 September 2016, pukul 16.00.

<http://www.huntnews.id>, diunduh pada 3 November 2016, pukul 14.00.

<http://www.trentekno.com/22821/22821/>, diunduh pada 3 November 2016, pukul 13.00.

<http://www.jpnn.com/read/2016/02/02/354303/Pamer-SK-BIN-di-Path,-Banyu-Biru-Bisa-Dipidana>, diunduh pada 3 November 2016, pukul 11.00.

POLA RETORIKA RIDWAN KAMIL DALAM TWITTER

¹HJ. KISMIYATI EL KARIMAH, ²RUMAWAN ERLANDIA
³TALITHA NINDIA RAHMA

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
(alamat)
¹miyaelkarimah@yahoo.com

ABSTRAK

Ridwan Kamil adalah Walikota Bandung yang terpilih karena kampanye melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola retorika Ridwan Kamil dalam twitter @RidwanKamil dalam menyampaikan pesan. Alat analisis yang digunakan adalah lima *canon* retorika dari Cicero. Unit analisis penelitian ini adalah lima tagar yang sering digunakan oleh Ridwan Kamil selama satu tahun terhitung dari Oktober 2014 sampai Oktober 2015, yaitu #PersibDay sebanyak 15 tweet, #ReboNyunda 14 tweet, #Alun 9 tweet, #BDGteknopolis 24 tweet, dan #haturnuhun 19 tweet. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis retorik yang dapat digunakan untuk menganalisis pola retorika Ridwan Kamil baik dalam bentuk pidato maupun yang menggunakan media massa. Hasil penelitian ini memperlihatkan pada *canon invention* Ridwan Kamil memilih topik yang relevan dengan posisinya sebagai walikota. Untuk *canon arrangement* hanya terlihat pada tagar tweet berseri yaitu pada tagar #Alun dan #BDGteknopolis. Pada *canon style* penggunaan pronomina persona (kata ganti orang) hadir dengan pola yang konsisten dalam membedakan topik formal dan non-formal, selain itu terdapat penggunaan alat-alat retorika. Selanjutnya pada *canon memory* terdapat penggunaan visual yang hadir dalam setiap tagar. Terakhir dalam *canon delivery* media yang digunakan adalah twitter yang diakui Ridwan Kamil memiliki peran yang besar sebagai media personalnya. Simpulan dari penelitian ini adalah penggunaan pronomina persona hadir secara konsisten dalam kelima tagar yang menjadi ciri khas retorika Ridwan Kamil dalam twitternya. Saran dalam penelitian ini adalah penggunaan twitter dapat dilakukan untuk merespon isu yang beredar di masyarakat secara efektif dibandingkan dengan media lainnya.

Kata Kunci: Retorika, Canon Retorika Cicero, Pesan, Twitter.

PENDAHULUAN

Zainal Abidin Bin Ali, Presiden Tunisia yang telah berkuasa selama 32 tahun, pada 2011 didemo secara besar-besaran oleh warga negaranya. Penyebaran informasi disampaikan melalui media sosial dan mereka berhasil menggulingkan Bin Ali. Hal ini juga terjadi pada Hosni Mubarak, Presiden Mesir saat itu, juga digulingkan oleh warganya yang saling berkomunikasi dan memberikan informasi tentang perkembangan demonstrasi di Mesir, yang berdampak pada pemutusan akses warga dengan internet beberapa hari setelahnya. Selain menginisiasi pergerakan revolusi oleh warga, media sosial, terutama twitter, menjadi sarana dalam memuluskan perjalanan politik, pemilu di Amerika contohnya, Barrack Obama yang menjadi salah satu kandidat saat itu sangat mengandalkan *platform* media sosial dalam kampanyenya. Digital media merupakan bagian penting proses komunikasi politik dari sudut pandang partisipasi demokratis

Di Indonesia Twitter memiliki peran yang cukup besar dalam beberapa peristiwa, seperti KPK vs Polri pada awal tahun 2015, ini bermula dari penangkapan Bambang Widjojanto, Wakil KPK ditangkap, rakyat melalui media sosial menyebarkan poster-poster visual yang berisi ajakan untuk berkumpul di gedung KPK. Lalu tagar #SaveKPK yang pertama kali digunakan saat kriminalisasi mantan pimpinan KPK Chandra Hamzah dan Bibit Chandra pada tahun 2009 muncul kembali. sebelumnya muncul tagar #IndonesiaUnite sebagai respon dari pengeboman di hotel Marriot pada pertengahan tahun 2009, penggunaan tagar #IndonesiaUnite secara massif membuat tagar tersebut sempat menduduki peringkat pertama dalam *World Trending Topics*.

Penggunaan media sosial terutama *Twitter*, yang memiliki karakteristik penyebaran secara massif jika dibandingkan dengan media sosial lainnya, memegang peranan yang penting untuk menggerakkan massa, penggunaan tagar tertentu dalam sebuah gerakan berfungsi sebagai kode atau identitas, meski hanya sekedar dukungan tanpa adanya gerakan nyata, tetapi pembuatan tagar dilakukan agar menjadi perbincangan yang mudah untuk dicari dan diikuti. Di Indonesia Twitter memang memiliki tempat tersendiri dari awal kemunculannya tahun 2006 hingga saat ini. Twitter diandalkan untuk mendapat berita terkini dan untuk berinteraksi. Interaksi dilakukan dengan cara *follow* akun teman, rekan kerja, tokoh-tokoh, pemimpin kota hingga negara. Ridwan Kamil, menjadi contoh salah satu walikota di Indonesia yang dikenal karena keaktifannya dalam media sosial. Berbekal *twitter* yang beliau gunakan sejak 6 Oktober 2009, Kang Emil membangun jejaring kreatif, menggunakan media sosial (*Facebook, Twitter, dan Instagram*) sebagai sarana untuk silaturahmi di dunia maya untuk manfaat dunia nyata.

Ridwan Kamil semakin tenar saat mencalonkan diri menjadi Walikota Bandung untuk periode 2013-2018. Ridwan Kamil dan Oded M.D, pasangannya saat maju untuk Bandung 1., memenangkan 45,24% dari seluruh perolehan suara saat itu. Ridwan Kamil yang terinspirasi dari proses komunikasi politik Obama pada saat pemilihan Presiden Amerika Tahun 2008, menggunakan cara yang sama untuk berkampanye, yaitu dengan menggunakan media sosial yang akhirnya mengantarkannya sebagai Walikota Bandung. Ridwan Kamil yang menjuluki dirinya *the caretaker of lovable bandung* ini dapat dengan mudah mencuri hati masyarakat Bandung dengan pengalamannya yang aktif dalam membuat perubahan di Kota Bandung selama masih menjadi 'rakyat'. Pola pendekatan Ridwan Kamil menggunakan jejaring media sosial dapat memenangkan hati warga Bandung, Ridwan Kamil memanfaatkan pencarian tren kata kunci di google untuk mendapatkan informasi mengenai kecenderungan dan 'suara batin' masyarakat yang dipimpinya. Ia berasumsi semakin banyak suatu kata dicari maka menjadi semakin pentinglah kata tersebut, hal itu menjadi masukan untuk mengetahui apa yang diinginkan warganya sehingga dia bisa merumuskan suatu kebijakan dengan lebih tepat (Kamil, 2014, hal 72-73). Media sosial bagi Ridwan kamil, terutama twitter dan jaringan yang sudah dimilikinya menjadi kekuatan dalam menjalankan tugas sebagai Walikota.

Komunikasi Ridwan Kamil melalui *twitter* dapat dianalisa untuk mengetahui pola komunikasi khususnya retorika yang digunakan olehnya, sehingga penyampaian pesan dengan menggunakan *twitter* menjadi efektif. Dengan landasan tersebut peneliti tertarik untuk dapat mengupas pola retorika dari Ridwan Kamil yang memang dikenal karena keaktifannya di Twitter

Retorika dan New Media

Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai sebuah subjek untuk observasi mengenai persuasi dalam bentuk apapun. Ini bukanlah sebuah fungsi dari ilmu lainnya, setiap ilmu dapat menginstruksi atau mempengaruhi subjek itu sendiri; sebagai contoh ilmu kedokteran mengenai apa itu sehat dan sakit, geometri tentang sifat sebuah wilayah, aritmatika tentang angka, dan sama halnya dengan ilmu pengetahuan lainnya. Tetapi retorika dapat kita lihat sebagai alat untuk mengobservasi makna dari persuasi dalam berbagai subjek yang diberikan kepada kita. Dan seperti yang dikatakan, dalam karakter teknisnya, retorika tidak hanya terkonsentrasi dalam sebuah subjek yang spesial atau kelas yang pasti (McKeon dalam Berger, 2000: 53). Littlejohn (dalam Morissan, 2013) mendefinisikan retorika sebagai “*The art of constructing argument and speechmaking*” (seni membangun argumentasi dan seni berbicara).

New Media atau media baru adalah revolusi dari media lama dengan adanya tambahan perangkat teknologi dengan digitalisasi dan ketersediaan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Terdapat karakter kunci untuk membedakan media lama dengan media baru dari perspektif pengguna, yaitu adanya interaktivitas, ditunjukkan oleh rasio respons atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap ‘penawaran’ sumber atau pengirim; kehadiran sosial atau sosiabilitas, dialami oleh pengguna, berarti kontak personal dengan orang lain dapat dimunculkan oleh penggunaan media; kekayaan media, jangkauan di mana media dapat menjembatani kerangka referensi yang jauh berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak indra, dan lebih personal; otonomi, derajat di mana seorang pengguna merasakan kendali atas konten dan penggunaan, mandiri dari sumber; unsur bermain-main, kegunaan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari sifat fungsi dan alat; privasi, berhubungan dengan kegunaan media dan/atau konten tertentu; personalisasi, derajat di mana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik (McQuail, 2011: 157). Baran mengungkapkan konsep pemikiran yang dihasilkan McLuhan dalam teori *new media* ini adalah ‘desa global’ (*global village*) dan ‘media sebagai perpanjangan manusia’. media baru akan memungkinkan orang untuk terlibat lebih banyak dalam kehidupan orang lain. Kehadiran *new media* dapat membuat sebuah proses komunikasi menjadi global, sehingga menyebabkan mengapa dunia saat ini seperti yang disebut McLuhan dengan *Global Village*. Pesan McLuhan disini adalah teknologi komunikasi tidak hanya menghantarkan atau mentransmisikan informasi, teknologi komunikasi mengubah relasi antara manusia dan dunia mereka secara fundamental, mendorong kita untuk membentuk makna baru untuk segala hal yang kita temui dengan dan melalui media seperti halnya dalam media baru atau *new media*.

METODE PENELITIAN

Metode dari penelitian ini ialah deskriptif kualitatif, Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mendeskripsikan data apa adanya dan menjelaskan data atau kejadian dengan kalimat-kalimat penjelasan secara kualitatif. Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moleong, 2004, hal 6).

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis retorik. Analisis retorik merupakan bentuk analisis tekstual, fokus analisis retorik terdapat pada apa yang ingin

disampaikan oleh komunikator dan bagaimana cara pengemasan dan penyampaian pesan tersebut sehingga dapat mempersuasi audiens. Analisis retorika dalam penelitian ini menggunakan 5 prinsip retorika dari Cicero atau Canon Retorika Cicero, yang terdiri dari *invention* (penciptaan) terkait pemilihan topik, *arrangement* (pengaturan) terkait susunan dan perencanaan strategi teks, *style* (gaya) terkait gaya bahasa, *memory* (ingatan) terkait penggunaan alat-alat yang dapat membantu audiens untuk mengingat wacana, dan, *delivery* (penyampaian) terkait media yang digunakan dan pemilihan waktu tweet.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah 5 Tagar yang sering digunakan oleh Ridwan Kamil dalam twitternya pada periode Oktober 2014-Oktober 2015 yaitu #PersibDay sebanyak 15 tweet, #ReboNyunda 14 tweet, #Alun 9 tweet, #BDGteknopolis 24 tweet, dan #haturnuhun 19 tweet, data tersebut peneliti ambil dari situs statistik untuk twitter yaitu twitonomy.com dan situs twitter.com

HASIL DAN PEMBAHASAN

Canon Invention

Pada *canon invention* (penciptaan) ini peneliti menganalisis topik pada tweet. Topik hadir pada penggunaan tagar dari rangkaian Tweet.

Tabel 1 Hasil Analisis Canon Invention

TAGAR	HASIL
#PersibDay	<i>Canon invention</i> dalam tagar ini ialah tentang persib, khususnya pada saat hari pertandingan persib
#ReboNyunda	<i>Canon invention</i> dalam tagar ini ialah tentang hari tentatif rabu menggunakan bahasa sunda yang di berlakukan di Kota Bandung
#Alun	<i>Canon Invention</i> dalam tagar ini ialah tentang alun-alun Bandung beserta sejarahnya, kondisi sebelum dan sesudah di renovasi
#BDGteknopolis	<i>Canon Invention</i> dalam tagar ini ialah tentang pengenalan konsep teknopolis dan pelaksanaan pembangunan teknopolis di Bandung
#Haturnuhun	<i>Canon invention</i> dalam tagar ini ialah tentang ucapan terima kasih yang disampaikan oleh Ridwan Kamil kepada pihak yang membantu penyelenggaraan kegiatan KAA

Pada rangkaian tweet pertama Ridwan Kamil mengangkat hari pertandingan Persib sebagai topik. Penggunaan tagar #PersibDay digunakan untuk menunjukkan bahwa hari dimana Persib bertanding merupakan hari yang penting bagi warga Bandung. Diakui pula oleh beberapa *followersnya* yang diwawancara oleh peneliti bahwa penggunaan tagar #Persibday di antara tagar tentang proker lainnya merupakan salah satu cara dari Ridwan kamil untuk mendekatkan diri dengan warganya. Persib diakui memiliki ikatan khusus untuk Warga Bandung. Dengan membuat tagar khusus untuk Persib menjadi cara bagi Ridwan Kamil untuk menunjukkan sisi pribadinya dan karena *Twitter @RidwanKamil* merupakan *Twitter* pribadi, sehingga tidak masalah jika membahas topik selain program kerjanya.

Rangkaian tweet ke-2 berisi tentang ajakan untuk melakukan program Pemerintah Kota yaitu hari tentatif *Rebo Nyunda*. Pada hari tersebut warga diajak untuk menggunakan bahasa Sunda saat berbicara baik dalam berkegiatan maupun secara *online* melalui *twitter*. Dalam

bukunya, Ridwan Kamil menjelaskan bahwa kegiatan *rebo nyunda* merupakan sebuah gerakan budaya untuk menjaga dan memelihara budaya Sunda.

Rangkaian tweet ke-3 berisi tentang sosialisasi Alun-alun Bandung yang direnovasi. Ridwan Kamil menjelaskan tentang sejarah perubahan wajah Alun-alun dari masa ke masa, Ia juga menjelaskan bagaimana seharusnya fungsi sebuah Alun-alun dalam tatanan kota, dan penjelasan mengenai Alun-alun yang sudah direnovasi. Pengangkatan topik mengenai alun ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan alun-alun yang baru dan mengajak warga untuk sama-sama merawatnya agar tetap nyaman untuk dikunjungi.

Rangkaian tweet 4 memiliki topik sosialisasi pembuatan teknopolis di Kota Bandung. Ridwan Kamil mensosialisasikan rencana pembuatan teknopolis yang akan segera dilakukan di kota Bandung dan juga terbuka terkait informasi kerja sama yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung pada proyek tersebut. Ridwan Kamil memberikan beberapa gambaran akan seperti apa rupa Teknopolis yang nantinya akan dibuat di daerah Gedebage tersebut.

Rangkaian tweet ke 5 berisi tentang ungkapan terima kasih yang Ridwan Kamil sampaikan secara pribadi kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan peringatan Konferensi Asia Afrika ke-60 pada bulan April 2015. Ridwan Kamil mengucapkan terima kasih satu persatu kepada pihak-pihak tersebut, mulai dari *volunteer*, warga, media, pekerja, dan sebagainya.

Canon Arrangement

Analisis dengan *Canon Arrangement* dilakukan terhadap penyusunan *tweet* dari kelima *tweet* yang menjadi unit analisis. Proses penyusunan dalam unit analisis ini dapat dibagi menjadi dua kelompok. Bentuk kelompok pertama ialah tweet berseri merupakan rangkaian tweet yang memang dimaksudkan untuk bersambung dari tiap tweetnya dikarenakan keterbatasan karakter tiap tweet, biasanya tweet berseri diberi nomor sebagai tanda urutan agar memudahkan audiens untuk membacanya.

Tabel 2 Hasil Analisis Canon Arrangement

TAGAR	HASIL
#PersibDay	dalam tagar ini tidak ditemukan adanya pengaturan atau susunan yang teratur pada rangkaian tweet, karena jenis rangkaian tweet merupakan tweet lepas
# ReboNyunda	dalam tagar ini pula tidak ditemukan adanya pengaturan, karena merupakan tweet lepas.
#Alun	Terdapat pembuka, penyampaian pendapat, penyertaan bukti (foto) yang mendukung pendapat, dan penutup
#BDGteknopolis	Terdapat pembuka, penyampaian pendapat, penyertaan bukti (data) yang mendukung pendapat, penyertaan fakta-fakta, dan penutup.
#Haturmuhun	Hanya terdapat pembuka, tidak ditemukan struktur lainnya, karena merupakan jenis tweet lepas.

Pada rangkaian tweet dengan topik #PersibDay ini, susunan dilakukan antar tweet tidak terlalu terlihat, karena rangkaian tweet ini merupakan rangkaian tweet lepas. Tweet lepas

merupakan serangkaian tweet dengan tema yang sama tetapi tidak saling terhubung antara satu tweet dengan tweet lainnya, atau dapat dikatakan tweet dapat berdiri sendiri-sendiri. Pada tweet dengan topik #ReboNyunda ini memiliki karakteristik yang sama dengan tweet #PersibDay, yaitu jenis tweet lepas. Tweet tidak memiliki struktur yang jelas, karena jenis tweet ini masih akan terus bertambah jika tidak diberikan batasan pengambilan unit analisisnya.

Pada tweet dengan topik #alun ini, struktur pada rangkaian tweet terlihat jelas karena tweet merupakan tweet berseri. Ridwan Kamil membuka tweet berserinya dengan gaya bercerita, penggunaan tagar di depan kalimat dapat menunjukkan bahwa topik yang akan disampaikan ialah mengenai alun-alun Bandung, pada tweet pertama yang menjadi pembukaan tersebut memperkenalkan fungsi alun-alun secara umum, lalu kemudian menjelaskan bentuk alun-alun Bandung dari masa ke masa. Kemudian dilanjutkan dengan penyampaian pendapatnya mengenai perubahan alun-alun Bandung dari waktu ke waktu sehingga kehilangan fungsinya. Ridwan Kamil menggiring audiens untuk ikut serta merasakan perubahan yang terjadi pada alun-alun tersebut kemudian dilanjutkan kepada pengenalan alun-alun baru yang sudah direnovasi dan kembali kepada fungsi awalnya sebagai ruang untuk warga berinteraksi, terdapat penggunaan visual yang dapat menjadi bukti dari pendapat dan fakta yang disampaikan. Terdapat pula satu tweet yang berisi sanggahan sebagai antisipasi dari pernyataan sebelumnya terkait penggunaan rumput sintetis yang mungkin akan dipertanyakan. Tweet ditutup dengan harapan akan adanya perubahan untuk Bandung dari alun-alun yang direnovasi ini.

Tweet selanjutnya dengan topik #BDGteknopolis memiliki karakteristik yang sama dengan tweet #alun yang merupakan tweet berseri, rangkaian tweet ini dimulai dengan pembukaan berisi pernyataan bahwa beliau akan melakukan kultwit atau tweet berseri tentang Bandung Teknopolis dan dikuatkan dengan angka 1 diawal tweet yang menandakan akan ada tweet berikutnya sebagai sambungan. Penomoran tweet dilakukan tidak hanya memudahkan audiens ketika akan membaca kembali, tetapi juga membuat audiens yang memang sedang membaca secara langsung tertarik untuk membaca tweet lanjutannya. Beliau juga menetapkan *tone* yang serius pada tweet pembukaan tersebut agar audiensnya mengetahui akan kemana arah kultwit tersebut. Selanjutnya Ridwan Kamil menjelaskan alasan dan tujuan dari pembuatan teknopolis yang menjadi topik tweet tersebut, kultwit dilanjutkan dengan penjelasan mengenai awal rencana proyek tersebut, kemudian beliau menunjukkan kredibilitas dirinya sebagai arsitek yang menyatakan bahwa ia layak untuk mengangkat topik tersebut karena sudah pernah menggarap teknopolis di negara lain sebelumnya. Ridwan Kamil juga menyampaikan serangkaian fakta-fakta yang beberapa menyertakan angka untuk menarik kepercayaan warga bahwa proyek tersebut direncanakan secara matang dan dengan menyertakan visual baik berupa sketsa teknopolis yang dimaksud maupun foto kegiatan, terdapat satu tweetnya yang berisi sanggahan yang menunjukkan tentang keseriusannya untuk menggarap teknopolis dan menyatakan bahwa proyek tersebut bukan hanya sekedar proyek pencitraan. Terdapat tweet yang mengindikasikan sebuah kalimat penutup dengan menggunakan kata 'sekian' dan 'salam hormat' tetapi kemudian terdapat beberapa tweet yang menunjukkan perencanaan terhadap proyek teknopolis tersebut, baik masih dalam sketsa atau yang sudah ia lakukan seperti meminta bantuan dari beberapa pihak, tweet lanjutan tersebut menyamakan tweet penutup sebelumnya.

Tweet terakhir memiliki topik #haturnuhun, tweet yang memiliki struktur lebih condong kepada tweet lepas ini memiliki satu tema besar yaitu ucapan terima kasih. Ucapan terima kasih dilakukan kepada pihak-pihak yang berbeda tersebut di *post* dalam satu hari yang sama.

Meskipun tweet lepas, tetapi tweet ini memiliki pembukaan yang jelas, tweet diawali dengan ajakan dari Ridwan Kamil untuk menjadikan tagar #haturnuhun menjadi *Trending topic worldwide*, tetapi setelah pembukaan tersebut sampai akhir *tweet* tidak ada perbedaan yang signifikan, perbedaan hanya terletak pada pihak yang diberi ucapan terima kasih, tetapi tidak memiliki struktur yang berbeda. Maka dari itu tweet ini lebih cocok dikatakan sebagai tweet lepas.

Canon Style

Dalam analisis terhadap *canon style* ini, analisis dilakukan terhadap cara penyampaian Ridwan Kamil dilihat dari penggunaan kata yang jelas, benar, tepat, dan penggunaan ornamen melalui penggunaan alat-alat retorika/majas dan dalam pronomina (kata ganti) persona.

Tabel 3 Hasil Analisis Canon Style

TAGAR	HASIL
#PersibDay	Pada penggunaan tagar #PersibDay ditemukan beberapa alat retorika seperti: rima, definisi, dan sinekdoke. Terdapat pula penggunaan ‘kami’ sebagai pronomina persona. Pemilihan kata jelas mudah dimengerti dan benar sesuai dengan EBI.
#ReboNyunda	Terdapat penggunaan alat retorika rima dan aliterasi, terdapat penggunaan komunikasi fatis yang bersifat penekanan, dan penggunaan ‘urang’ atau ‘kita’ sebagai pronomina persona. Pemilihan kata yang hanya dimengerti bagi masyarakat tertentu karena menggunakan bahasa Sunda, tetapi penggunaan bahasa Sunda ini sudah sesuai digunakan dalam media sosial, karena bahasa yang digunakan halus atau sopan.
#Alun	Terdapat penggunaan alat retorika definisi dan eufemismus, dan penggunaan ‘kita’ sebagai pronomina persona. Pemilihan kata sudah jelas mudah dimengerti dan benar sesuai dengan EBI.
#BDGteknopolis	Terdapat penggunaan alat retorika komparasi dan <i>exemplification</i> . Penggunaan ‘saya’ sebagai pronomina persona. Terdapat beberapa istilah yang sulit dimengerti dan tidak ada penjelasan tentang konsep tersebut.
# Haturnuhun	Terdapat penggunaan alat retorika, personifikasi dan hipokorisme. Pemilihan kata yang jelas mudah dimengerti dan benar sesuai dengan EBI.

Pada tweet pertama penggunaan alat-alat retorika menarik perhatian *followers* Ridwan Kamil. Sebagian besar tweet yang memiliki alat retorika didalamnya mendapat respon yang lebih banyak daripada tweet-tweet yang tidak terdapat alat retorika didalamnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa *followers* Ridwan Kamil, mereka mengatakan lebih suka membaca tweet yang berisi rima dan alat retorika yang mempercantik kata lainnya, selain enak dibaca juga dapat mempermudah pemahaman mereka. Alat retorika yang muncul pada rangkaian tweet ini ialah rima yang merupakan pengulangan kata dengan suara akhiran yang

serupa (Berger, 2000: 63). Lalu muncul definisi dalam bentuk definisi stipulatif, yaitu definisi yang diberikan untuk tujuan sebuah argumen (Berger, 2000: 62), penggunaan definisi dalam tweet tersebut ialah mendefinisikan bagaimana konsep ‘*great day*’ bagi Ridwan Kamil yang salah satu faktornya ialah kemenangan Persib. Muncul penggunaan sinekdoke yang merupakan majas perbandingan. Sinekdoke merupakan bahasa *figurative* yang mempergunakan sebagian dari sesuatu hal untuk menyatakan keseluruhan (*pars pro toto*) atau mempergunakan keseluruhan untuk menyatakan sebagian (*totum pro parte*) (Keraf, 1994: 142). Yang pertama adalah (semua) warga atau orang Bandung, sedangkan yang kedua adalah Persib. Dengan demikian makna dan acuan kata yang pertama (keseluruhan) yaitu Warga Bandung yang bersifat eksplisit, mencakup makna dan acuan dari kata yang kedua (sebahagian) yaitu pendukung atau *Supporter* Persib yang bersifat implisit. Pronomina persona disampaikan melalui kata ‘kami’. Kami digunakan untuk merujuk Ridwan Kamil dan Warga Bandung yang sama-sama memiliki kecintaan terhadap Persib, Persib dinyatakan sebagai ‘Persib Kami’ yang memiliki arti kepunyaan, persib milik Ridwan Kamil beserta warga Bandung.

Pada tweet ke-2 ini terdapat beberapa alat retorik yang hadir. Pada rangkaian tweet ini alat retorik yang hadir yaitu rima dan aliterasi yang merupakan gaya bahasa yang berwujud perulangan konsonan yang sama (Keraf, 1994: 130) dipergunakan untuk mempercantik atau untuk penekanan. Pronomina persona disampaikan dengan kata ‘urang’ yang jika diartikan kedalam Bahasa Indonesia sesuai konteks kalimatnya yaitu kita, terlihat Ridwan Kamil ingin menunjukkan adanya keterikatan antara ia, Warga Bandung, dan Penggunaan Bahasa Sunda, dan pentingnya penggunaan Bahasa Sunda dalam kelestarian Budaya Sunda untuk Warga Bandung. Penggunaan kata kita juga digunakan untuk memperhalus penggunaan kata ‘saya’, dalam bahasa sunda sendiri kata ‘urang’ memiliki 2 makna, yaitu saya atau kita, disesuaikan dengan penggunaannya. Terdapat satu pronomina persona yang ditunjukkan dengan kata ‘urang’ yang memiliki konteks kita dalam tweet “*urang sunda mah kudu silih asah, silih asuh. Lain silih siah, silih soeh, silih sieuh*” dapat menunjukkan adanya kenyamanan dan kedekatan antara retorik dan audiensnya.

Pada tweet ke-3 ini terdapat dua alat retorik yang hadir, yaitu definisi dan eufemismus yang merupakan pengganti acuan-acuan yang mungkin dirasakan menghina, menyinggung perasaan atau mensugestikan sesuatu yang tidak menyenangkan (Keraf, 1994: 132). Definisi yang muncul ialah definisi leksikal (sesuai dengan kamus) yang merujuk pada penggunaan kata secara konvensional dimana Ridwan Kamil mendefinisikan Alun-alun dalam sebuah tatanan kota. Eufemismus merupakan jenis dari majas perbandingan dan anak dari majas metafora. Eufemismus adalah ungkapan yang dihaluskan dalam mengemukakan suatu gagasan. Hal ini dilakukan apabila ungkapan gagasan tersebut secara langsung, bisa menimbulkan perasaan yang tidak enak, atau terasa agak kasar (Zaimar, 2002: 56). Eufemismus atau eufemisme hadir pada kata ‘perilaku sosiologis’ untuk memperhalus makna yang mengacu kepada perbuatan merusak. Beberapa *followers* yang peneliti wawancara juga menyampaikan hal serupa, jika pada ‘perilaku sosiologis’ tersebut tersirat makna adanya perilaku yang negatif atau tidak baik yang menjadi alasan dari penggunaan rumput sintetis pada alun-alun tersebut, mengutip perkataan Julian, salah satu *followers* Ridwan Kamil di Twitter “*kayanya dia berusaha memperhalus sih, itu maksudnya kaya ngarah ke tindakan-tindakan yang merusak*”. Dalam tweet yang memiliki tema tentang prokernya sebagai Walikota, Ridwan Kamil menggunakan kata Saya sebagai pronomina (berbeda dengan #rebonyunda meskipun sama-sama membicarakan soal proker tetapi memiliki pendekatan yang berbeda). Penggunaan kata saya dalam kata ganti orang pertama tunggal dapat menimbulkan adanya gap dengan audiens, selain itu dapat juga menunjukkan sosok walikota yang disegani, ditambah dalam tweet tersebut tidak banyak alat retorik yang digunakan,

penggunaan bahasa yang lugas dan tidak bertele-tele ditambah penggunaan kata Saya yang merujuk dirinya menunjukkan bahwa tweet tersebut memiliki tema yang lebih formal dibandingkan dengan tweet lainnya, dan juga yang muncul disitu ialah sisi Ridwan Kamil sebagai seorang Walikota. Penggunaan saya sebagai kata ganti bersifat tegas sehingga kesan formalnya kuat, meskipun penggunaan saya dapat dianggap sebagai orang yang individualis dan sombong.

Pada tweet ke-4 alat retorik muncul dalam bentuk komparasi dan pemberian contoh. Komparasi digunakan saat membandingkan Indonesia sebagai negara yang besar tetapi belum memiliki teknopolis sedangkan Singapura dan Malaysia sudah lebih dulu mewujudkan teknopolis. Pemberian contoh muncul saat Ridwan Kamil menunjukkan profil teknopolis yang pernah didesain olehnya. Pronomina persona pada topik ini memiliki pola yang sama dengan tweet #alun. Ridwan Kamil ingin menunjukkan dirinya sebagai walikota dengan menggunakan panggilan Saya sebagai kata ganti orang pertama tunggal, sama seperti penggunaan pada tagar #Alun yang dapat menimbulkan gap dengan audiensnya, karena memang pada tweet tersebut ia membawa pesan terkait jabatannya sebagai walikota. Pada tagar ini *Followersnya* yang peneliti wawancara memiliki satu suara jika gaya bahasa yang digunakan pada tagar #BDGteknopolis ini sangat berbeda dengan gaya bahasa Ridwan Kamil pada tagar lainnya, banyak istilah asing digunakan yang sebenarnya tidak terlalu mengganggu tetapi tetap memberi kesan sulit dipahami oleh orang awam dan memberi kesan formal, seperti yang dikatakan oleh Dini, salah satu *followersnya* saat diwawancara:

“iya yang teknopolis sih, bahasanya kaya yang sulit gitu, lebih formal, jadi walaupun sebenarnya orang-orang di twitter nya itu-itu juga, yang follow sama aja, cuma dia beda pake bahasanya karena bahasan yang teknopolis jatohnya dia mau ngejelasin ke masyarakat bandung pake bahasa ilmiahnya gitu, beda peruntukkan gitu, lebih serius gitu”

Pada tweet terakhir ini ditemukan adanya alat-alat retorik yaitu personifikasi yang merupakan gaya bahasa kiasan yang menggambarkan benda-benda mati atau barang-barang yang tidak bernyawa seolah-olah memiliki sifat-sifat kemanusiaan (Keraf, 1994: 140), Personifikasi masih masuk kedalam majas metafora yaitu perbandingan. Unsur yang dibandingkan: “sifat batu akik” dengan “sifat manusia”. Komponen makna penyama adalah: ‘hadir’ ‘menemani’. Komponen makna pembeda untuk ‘sifat batu akik sebagai perhiasan’ adalah ‘hadir’, ‘karena sifatnya sebagai benda/perhiasan yang dapat dikenakan pada tubuh’, sedangkan untuk ‘menemani’ adalah ‘sebuah perbuatan dari manusia’, ‘atas kehendak manusia’. Di sini yang muncul hanya penggunaan batu akik, sedangkan menemani yang merupakan perbuatan manusia menjadi implisit. Acuan pun berubah, yang menemani bukan lagi manusia, melainkan batu akik. Proses pembuatan personifikasi sama dengan metafora, hanya saja personifikasi khusus menampilkan benda atau hewan sebagai manusia (Zaimar, 2002: 50). Secara sederhana, dalam tweet ini personifikasi hadir untuk ‘memanusiakan’ sifat batu akik kecubung yang ‘menemani’ hari-hari Ridwan Kamil. Penggunaan majas Hipokorisme, yang merupakan majas perbandingan ini, memiliki fungsi penggunaan nama timangan atau kata yang dipakai untuk menunjukkan hubungan karib, dalam tweet ini hipokorisme terdapat pada penggunaan panggilan ‘pa wali’ yang menunjukkan posisi Ridwan Kamil sebagai seorang walikota tetapi tetap dapat menunjukkan adanya hubungan yang akrab antara dirinya sebagai walikota dengan warga-warganya. ‘Pa wali’ selain sebagai hipokorisme juga memiliki peran sebagai pronomina persona orang ketiga yang juga memiliki fungsi memperhalus penggunaan kata ‘saya’. Penggunaan majas menurut Dr Sugeng Riyanto, MA, Sekretaris Prodi Sastra Indonesia Universitas Padjadjaran tidak memiliki fungsi tertentu untuk mempertegas. Majas digunakan dalam sebuah tulisan formal,

karena orang-orang dalam percakapan biasa tidak menggunakan kiasan sedangkan majas berfungsi sebagai kiasan.

Canon Memory

Dalam analisis terhadap *canon memory*, analisis dilakukan terhadap penggunaan anekdot, kutipan, dan pemberian fakta-fakta yang dapat menstimulus wacana untuk mudah diingat, lalu penggunaan tagar sebagai *database* digital, menggunakan ingatan di masa lampau untuk menstimulus memori audiens, dan penggunaan aspek visual.

Tabel 4 Hasil Analisis Canon Memory

TAGAR	HASIL
#PersibDay	Penggunaan fakta dan visual yang berisi anekdot.
#ReboNyunda	Penggunaan anekdot dan visual.
#Alun	Penggunaan fakta dan visual.
#BDGteknopolis	Penggunaan fakta dan visual.
#Haturnuhun	Penggunaan kutipan dan visual.

Tweet pertama menggunakan tagar #PersibDay untuk memudahkan audiens atau *followers* ikut serta dalam topik tersebut dan untuk memudahkan pencarian. Muhammad Fadly dalam wawancara menyampaikan pendapatnya jika ia lebih enak membaca tweet yang ada tagarnya karena lebih mudah dicari, saat ditanya lebih memilih membaca tweet yang ada tagar atau tidak. Penggunaan tagar dimaksudkan untuk mengelompokkan tweet dengan tweet lainnya yang menggunakan kata-kata tertentu yang dijadikan tagar, penggabungan tersebut berfungsi untuk memudahkan pencarian dan memudahkan perhitungan statistik yang mengandung kata tertentu. Pada tweet ini juga terdapat penggunaan anekdot yang terdapat pada satu gambar dalam salah satu tweet, diakui oleh Ridwan Kamil jika ia lebih banyak menggunakan pendekatan kreatif yaitu menggunakan gambar atau ilustrasi dalam berkomunikasi dengan masyarakat Bandung (Kamil, 2014: 119). Penggunaan visual juga diakui oleh *followersnya* membuat tweet lebih menarik dan memberikan gambaran pada tweet-tweet yang sulit dimengerti. Penggunaan memori bersama dilakukan oleh Ridwan Kamil dengan mengangkat score dari pertandingan yang menjadikan Persib sebagai pemenang, hal ini dapat memunculkan memori tentang pertandingan dan dapat membangun ikatan antara sesama supporter, dan disini Ridwan Kamil memosisikan dirinya sebagai supporter.

Pada tweet selanjutnya, Ridwan Kamil menggunakan tagar #ReboNyunda untuk mengajak warganya berbahasa sunda tiap hari rabu, selain mengajak, Ridwan Kamil juga mencontohkan dengan menggunakan Bahasa Sunda dalam *tweet* nya tiap hari rabu. Ridwan Kamil memunculkan memori bersama dengan warganya dengan menyertakan foto seorang yang sudah dikenal oleh warga Bandung sebagai seorang ‘preman’ di salah satu drama tv nasional pada salah satu *tweetnya*. Penyertaan aspek visual juga dilakukan beberapa kali, ada yang memang dilakukan oleh Ridwan Kamil langsung atau yang ia *retweet* dari *twitter* orang lain. Penggunaan anekdot muncul beberapa kali dalam topik ini, Ridwan Kamil memang menyebutkan dalam salah satu *tweetnya* untuk mengajak *followersnya* berbahasa Sunda di *twitter* meskipun sekedar bergurau atau candaan saja.

Pada Tweet ketiga yang menggunakan tagar #alun ini, Ridwan Kamil tidak menggunakan anekdot, melainkan menggunakan memori yang terstruktur untuk menjelaskan perubahan yang terjadi pada alun-alun Bandung dari masa ke masa, hal ini dikuatkan dengan

penggunaan aspek visual oleh sebagian besar tweet yang menjelaskan tiap masa perubahan alun-alun.

Pada Tweet keempat yang menggunakan tagar #BDGteknopolis ini Ridwan Kamil tidak menggunakan anekdot untuk menjadikan tweetnya mudah diingat, melainkan menggunakan gambar-gambar yang mendukung isi dari *tweet* yang dimaksudkan untuk meyakinkan warganya jika perencanaan Bandung Teknopolis sudah dalam tahap pelaksanaan.

Pada tweet kelima yang menggunakan tagar #haturnuhun Ridwan Kamil menggunakan foto-foto sebagai daya tariknya. Hampir 90% dari tweet tersebut disertakan foto yang mewakili pihak-pihak yang ia maksudkan.

Canon Delivery

Pada analisis terhadap *canon delivery* ini peneliti melihat bagaimana Ridwan Kamil menyampaikan pesan kepada audiensnya. Analisis dilakukan pada format penyampaian pesan seperti: penggunaan *twitter* dan pemilihan waktu untuk tweet.

Tabel 5 Hasil Analisis Canon Delivery

TAGAR	HASIL
#PersibDay	Penggunaan twitter sebagai medium dan penentuan waktu persib bertanding sebagai penggunaan waktu untuk melakukan tweet.
#ReboNyunda	Penggunaan twitter sebagai medium dan penentuan hari rabu sebagai waktu untuk melakukan tweet.
#Alun	Penggunaan twitter sebagai medium dan penentuan tidak lama dari hari peresmian alun-alun Kota Bandung yang baru.
#BDGteknopolis	Penggunaan twitter sebagai medium dan penentuan beberapa hari setelah adanya komentar dari masyarakat dan sesaat sebelum pembangunan sebagai waktu untuk melakukan tweet.
#Haturnuhun	Penggunaan twitter sebagai medium dan satu hari setelah selesai rangkaian acara KAA sebagai waktu untuk melakukan tweet.

Medium yang digunakan pada tweet pertama hingga kelima ialah *Twitter*. Format yang digunakan dalam penyampaian tweet ialah tweet lepas dengan waktu tweet yang teratur. Tweet *diposting* setiap hari pertandingan Persib, yang menjadikan penggunaan tagar sesuai dan menarik *followersnya* untuk ikut serta menggunakan tagar tersebut.

Pada tweet kedua format yang digunakan ialah sama dengan tweet lepas dan dengan waktu tweet yang teratur tiap hari rabu. Sesuai dengan proker berbahasa sundayang memang dicanangkan setiap hari Rabu di Kota Bandung. format waktu yang teratur ini juga mempermudah *followersnya* untuk ikut menggunakan tagar tersebut dengan menggunakan bahasa sunda.

Pada rangkaian tweet ketiga ini format waktu yang digunakan ialah tidak jauh dari peresmian alun-alun yang baru, sehingga masih segar diingatan audiens dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Tweet keempat format waktu yang digunakan ialah sebelum pelaksanaan pembangunan besar dilakukan pada bulan april, 2 bulan setelah tweet seri tersebut, terlebih dahulu Ridwan Kamil membuat tweet berseri ini dengan tagar #BDGteknopolis untuk menjelaskan tentang proker pembangunan tersebut. Pemilihan waktu yang tepat dapat menginformasi warga mengenai mega pembangunan yang akan terjadi dan menghindari adanya penolakan oleh wargayang lebih massif lagi, karena sebelumnya terdapat beberapa pendapat masyarakat yang menyangkan pembangunan teknopolis tersebut. warga akan mendapat informasi detail dan valid mengenai proyek pembangunan itu dari walikota mereka langsung, yang sebelumnya sudah diangkat oleh media perihal perencanaan pembangunan tersebut.

Pada tweet kelima yang menggunakan tagar #haturnuhun merupakan rangkaian ucapan terima kasih yang disampaikan oleh Ridwan Kamil ke berbagai pihak yang membantu terlaksananya KAA ke-60 sehari setelah kegiatan itu selesai. Format waktu yang tidak jauh dari hari pelaksanaan membantu warga mengingat kembali keseluruhan rangkaian acara tersebut. Dampak yang besar akan terjadi kepada pihak-pihak yang menjadi subjek ucapan terima kasih Ridwan Kamil tersebut, setelah akhirnya acara selesai kemudian mereka diberi ucapan terima kasih oleh walikota mereka melalui *twitter* secara personal.

Lima prinsip atau *canon* retorika dari Cicero yang ditemukan pada unit analisis dapat menunjukkan adanya pola dari Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesannya melalui *Twitter*. Penggunaan pronomina persona, penggunaan visual, penggunaan beberapa alat retorika, dan pemilihan waktu dalam melakukan *tweet* yang menyesuaikan dengan momentum merupakan pola yang sering muncul dari kelima tagar yang menjadi unit analisis.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- Bentuk *Canon Invention* dalam *twitter* Ridwan Kamil terlihat dari topik yang menggunakan tagar (#) yaitu #PersibDay, #ReboNyunda, #Alun,, #BDGteknopolis, dan #haturnuhun. Topik yang dipilih dikaitkan dengan tugas dan fungsinya sebagai walikota baik yang sudah maupun yang sedang berlangsung. Saat penentuan topik akan muncul perencanaan audiens beserta demografisnya dan ini digunakan untuk merencanakan pesan beserta format penyampaian.
- Bentuk *Canon Arrangement* dalam *twitter* Ridwan Kamil terlihat secara jelas pada penggunaan tagar #Alun dan #BDGteknopolis yang merupakan tweet berseri. Susunan pesan sesuai, dengan adanya pembuka dan penutup, dan terdapat pemberian fakta-fakta yang menguatkan wacana. Alur yang digunakan dalam susunan pesan memudahkan audiens untuk membacanya.
- Bentuk *Canon Style* dalam *twitter* Ridwan Kamil terlihat dalam penggunaan kalimat yang menggunakan alat-alat retorika. Ridwan Kamil juga mampu menyesuaikan penggunaan alat-alat retorika dengan topik, jika topik ringan maka ia akan menggunakan alat retorika yang mempercantik kalimat seperti rima maupun aliterasi, tetapi jika topiknya seputar Program Kerja, ia akan menyampaikan pesannya dengan lugas tanpa bertele-tele dan hanya menggunakan definisi, komparasi, dan *exemplification*. Penggunaan pronomina persona yang dilakukan oleh Ridwan Kamil menyesuaikan dengan bahasan, jika bahasanya formal maka ia akan menggunakan pronomina 'Saya', tetapi jika tidak formal ia akan menggunakan pronomina 'Kami' atau 'Kita'. Tetapi ada satu penggunaan Pronomina ketiga yaitu 'pa wali' pada tagar

#haturnuhun, bahasan dalam tagar tersebut tidak formal tetapi Ridwan Kamil memilih menggunakan pronomina ‘pa wali’ tersebut yang biasa digunakan dalam gaya bahasa formal. Penggunaan pronomina persona yang konsisten inilah yang menjadi ciri khas gaya bahasa dari Ridwan Kamil.

- Bentuk *Canon Memory* dari twitter Ridwan Kamil terlihat pada penggunaan visual yang merupakan poin *memory as mnemonics* dari *canon memory*, yang rutin muncul pada beberapa *tweet* dalam tiap tagarnya. Penggunaan tagar yang merupakan poin *memory as databases* juga menjadi perhatian karena tagar-tagar yang menjadi unit analisis merupakan tagar yang sering digunakan oleh Ridwan Kamil dan untuk mempermudah pencarian secara digital,. Penggunaan memori bersama audiens pada poin *memory as psychology* cukup menjadi andalan untuk mendapat perhatian audiens, seperti *mereview* skor pertandingan Persib, penggunaan sebutan ‘preman’ yang merujuk tokoh fiksi yang cukup terkenal di Bandung pada salah satu *tweet*, *mereview* alun-alun dari masa ke masa, dan penyebutan seluruh pihak-pihak yang membantu KAA membantu menghadirkan memori tentang kegiatan KAA tersebut. Sedangkan pada *memory as memorableness* yaitu penggunaan anekdot, fakta, dan kutipan tidak menjadi perhatian utama.
- Bentuk *Canon Delivery* dalam twitter Ridwan Kamil terlihat pada pemilihan waktu yang disesuaikan dengan momentum, seperti penggunaan tagar #persibday yang dilakukan pada hari pertandingan Persib, jika tagar #PersibDay digunakan pada sebulan setelah pertandingan maka euforianya tidak akan sama atau malah mungkin Ridwan Kamil akan dianggap tidak perhatian pada klub kebanggaan Bandung tersebut, penggunaan tagar kemudian pada tagar #ReboNyunda dilakukan pada tiap hari Rabu, karena jika dilakukan pada hari lainnya akan sia-sia, penggunaan tagar #Alun yang dilakukan setelah *launching* alun-alun baru. Lalu tagar #BDGteknopolis dilakukan setelah adanya pemberitaan di media dan adanya surat terbuka dari masyarakat yang tidak menyetujui pembangunan tersebut. jika tagar #BDGteknopolis di-tweet saat sudah pembangunan mungkin akan menjadi masalah. Penggunaan tagar #haturnuhun yang dilakukan sehari setelah rangkaian acara selesai membuat euphoria dari pelaksanaan KAA ke 60 ini masih terasa.

Saran

- Ridwan Kamil dapat menggunakan Twitter untuk merespon isu-isu yang sedang beredar di masyarakat, penggunaan twitter bisa lebih efektif jika dibandingkan dengan saluran lainnya (pihak humas pemkot atau media) karena twitter @RidwanKamil ini dikelola sendiri sehingga sudah mendapat kepercayaan dari audiensnya maupun masyarakat secara keseluruhan. Sampai saat ini Ridwan Kamil sudah menggunakan Twitter dan media sosial lainnya untuk merespon isu-isu, tetapi terdapat beberapa isu yang akhirnya berkembang dan menimbulkan spekulasi sampai akhirnya baru di klarifikasi oleh Ridwan Kamil seperti pada isu penamparan supir angkot yang diduga dilakukan oleh Ridwan Kamil.
- Ridwan Kamil dapat melakukan survey kecil dengan menggunakan *tweet* berseri dan tagar terhadap satu perencanaan proker baru, untuk melihat bagaimana respon *followers* terhadap proker tersebut dan dapat segera diambil tindakan setelahnya, mengingat dalam media digital statistik terkait audiens lebih mudah didapatkan. Sedangkan penggunaan tagar dalam *tweet* lepas dapat digunakan untuk melihat partisipasi *followers* dan menjalin hubungan dengan *followers*.

- Ridwan Kamil dapat menggunakan aplikasi *chirpstory* untuk tweet berseri seperti #Alun dan #BDGteknopolis, karena *chirpstory* memudahkan dalam hal menyimpan dan mengakses kembali tweet berseri tersebut. Penggunaan *chirpstory* ini memudahkan audiens untuk mengakses maupun melakukan *share* terhadap tweet tersebut. dengan melakukan *share* link *chirpstory*, selain memudahkan pencarian dapat meningkatkan *feedback* terhadap tweet berseri tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Berger, A. A. (2000). *Media and Communication Research Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Connors, R. J. a Rhetoric of Written Delivery. In J. F. Reynolds, *Rhetorical Memory and Delivery: Classical Concepts for Contemporary Rethoric*.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Traditions*. London: Sage Publications.
- Crowley, S., & Hawhee, D. (2004). *Ancient Rhetorics for Contemporary Students (third edition)*. New York: Pearson Longman Education.
- Crowley, S., & Hawhee, D. (2004). *From Ancient Rhetorics for Contemporary Students 3rd edition*. Pearson Longman.
- Effendi, O. U. (1981). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- Effendy, O. U. (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Fiske, J. (1990). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Bandung: Jalasutra.
- Horner, W. B. (2000). Reinventing Memory and Delivery. In M. D. Goggin, *Inventing Discipline: Rhetoric Scholarship in Honor of Richard E. Young*. Urbana: National Council of Teachers of English.
- Janish, E. N. (2014). *20 WEEKS, 13 HOURS, 140 CHARACTERS: THE ABORTION CONTROVERSY IN THE TEXAS STATE SENATE AND ONLINE* .
- Kamil, R. (2014). *#TETOT Aku, Kamu, dan Media Sosial*. Bandung: Sygma.
- Keraf, G. (1994). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media?* iCrossing.com/ebooks.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa (edisi 6)*. Jakarta : Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail* . Jakarta : Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosda.
- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial. 427.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (2004). *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan*. Yogyakarta: Tera.
- Rakhmat, J. (2004). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Sobur, A. (2006). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swadley, C. R. (n.d.). Remembering Memory: Reconfiguring the Fourth Canon of Classical Rhetoric. 12.

Lain-lain

- BaleBandung. (2015, Februari 24). *Kabupaten dan Kota Bandung Pengguna Medsos Terbesar di Jabar*. Retrieved Oktober 1, 2015, from Balebandung.com: <http://www.balebandung.com/2015-02-24/kabupaten-dan-kota-bandung-pengguna-medsos-terbesar-di-jabar>
- Brett, & McKay, K. (2011, January 26). *Classical Rethoric 101 the Five Canons of Rhetoric Invention*. Retrieved April 14, 2016, from artofmanliness.com: <http://www.artofmanliness.com/2011/01/26/classical-rhetoric-101-the-five-canons-of-rhetoric-invention/>
- Cicero's Classical Canons of Rhetoric: Their Relevance and Importance to the Corporate Workplace*. (2008, April 23). Retrieved April 14, 2016, from Maryvican.wordpress.com: <https://maryvican.wordpress.com/2008/04/23/cicero%E2%80%99s-classical-canons-of-rhetoric-their-relevance-and-importance-to-the-corporate-workplace/>
- Dimitrova, D. V. (2011). The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data. *Communication Research*.
- Djamal, A. H. (2014, Januari 28). *Peran Media Jejaring Sosial Dalam Revolusi Mesir*. Dipetik Oktober 15, 2015, dari ahmadharakan.com: <http://ahmadharakan.com/peran-jejaring-sosial-dalam-revolusi-mesir/>
- Fiske, J. *Glossary of Grammatical & Rhetorical Terms*. (n.d.). Retrieved Oktober 30, 2015, from About Education: <http://grammar.about.com/od/terms/>
- Hasibuan, N. A. (2015, Maret 26). *Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia Akhirnya Terungkap*. Retrieved Oktober 1, 2015, from CNN:

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150326141025-185-42076/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-akhirnya-terungkap/>

Huda, M. (n.d.). *Problematika kata fatis dalam bahasa Indonesia*. Retrieved Februari 17, 2016, from Academia:

https://www.academia.edu/4394900/Problematika_kata_fatis_dalam_bahasa_Indonesia

Kompas.com. (2015, Januari 25). *Operasi Senyap dari Jagat Maya*. Retrieved from <http://nasional.kompas.com/read/2015/01/25/21463291/Operasi.Senyap.dari.Jagat.Maya>

Matrikulasi. (2013, Juni 11). *Analisis Wacana Kritis Van Dijk*. Retrieved from Forum Detik: <http://forum.detik.com/analisis-wacana-kritis-van-dijk-t717554.html>

Wikipedia. (2016, April 13). *Tagar*. Retrieved from Wikipedia.org: <https://id.wikipedia.org/wiki/Tagar>

Wikipedia. (n.d.). *Twitter*. Retrieved Oktober 1, 2015, from Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter#Verified_accounts

Zaimar, O. K. (2002). MAJAS DAN PEMBENTUKANNYA. *MAKARA, SOSIAL HUMANIORA, VOL. 6, NO. 2*, 45.

PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI *CULTURE DIVERSITY LITERACY* DI KASEPUHAN SINAR RESMI KECAMATAN CISOLOK KABUPATEN SUKABUMI

Agus Rusmana¹, Ute Lies Siti Khadijah², Edwin Rizal³, Rully Khairul Anwar⁴

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung Sumedang Km. 21 Jatinangor Kabupaten Sumedang
¹a.rusmana@unpad.ac.id, ²ute.lies@unpad.ac.id ³edwin.rizal@unpad.ac.id
⁴rully.khairul@unpad.ac.id

ABSTRAK

Kearifan lokal merupakan pemahaman masyarakat dalam memahami tata nilai kehidupan yang menyatu dalam bentuk religi, budaya dan adat istiadat. Dalam perkembangannya masyarakat melakukan adaptasi dengan lingkungannya sehingga memahami konsep kearifan dalam wujud pengetahuan atau ide, peralatan, dipadu dengan norma adat, nilai budaya, aktivitas mengelola lingkungan guna bersinergi dengan lingkungan sebagai tempat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsep pola adaptasi masyarakat diwariskan secara turun temurun menjadi pedoman dalam melestarikan hutan yang berada dalam pengawasan komunitas dan kepemilikan masyarakat di Kasepuhan Sinar Resmi terletak di Desa Sirna Resmi Kecamatan Ciselok Kabupaten Sukabumi yang terletak diantara perbatasan Provinsi Jawa Barat dan Banten. Daerah ini kategori daerah Adat yang dikenal dengan sebutan “Kesatuan Adat Banten Kidul Kasepuhan Sinar Resmi“. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan kelembagaan dapat menjadi sarana yang efektif jika disesuaikan dengan definisi masyarakat tentang kelembagaan yang dimilikinya. makna subyektif masyarakat terhadap hutan memiliki posisi sentral bagi pelestarian dan pemanfaatan hutan untuk berkehidupan masyarakat sekitarnya. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan Partisipatory Rural Aprisal (PRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi memiliki literasi cukup mengenai keragaman budaya masyarakat dari luar kasepuhan dan bersedia menerima kehadiran masyarakat, dan selanjutnya bersedia bekerjasama dan mendukung program pemerintah selama dinilai selaras dengan budaya dan tradisi kasepuhan.

Kata Kunci: *Kearifan Lokal, Partisipasi, Kasepuhan, Literasi Sosial Budaya*

PENDAHULUAN

Sistem pengelolaan sumberdaya alam yang telah dikembangkan masyarakat adat maupun masyarakat lokal, sejak lama merupakan suatu sistem pengelolaan sumberdaya alam yang berorientasi pada kepentingan masyarakat lokal/ adat yang tinggal di dalam dan atau di sekitarnya, dan kelestarian daya dukung lingkungan dengan cara mengembangkan pola pengelolaan sumberdaya alam yang berasaskan pada prinsip-prinsip desentralisasi, peran serta masyarakat dan keberlanjutan (*sustainability*). Sebagai contoh, pengelolaan sumberdaya hutan yang dilakukan oleh masyarakat adat dan lokal di kawasan ekosistem Taman Nasional Halimun dan Salak, antara lain stratifikasi hutan sebagai hutan warisan yang harus dilindungi, hutan yang dapat digunakan sebagai tempat tinggal, dan

hutan yang dapat digarap untuk menjadi sumber penghidupan. Disamping itu diberlakukan sistim *agroforestry* khas Jawa Barat seperti talun, dudukan, kebon kayu, reuma dan huma.

Masyarakat yang berada di kawasan ekosistem Taman Nasional Halimun dan Salak tidak hanya masyarakat lokal, tetapi juga ada masyarakat adat yang dikenal dengan Masyarakat Kasepuhan. Untuk masyarakat Kasepuhan, mereka hidup dalam kelompok tersebar di berbagai kampung di sekitar Banten Selatan (Kabupaten Lebak), Sukabumi Selatan dan Bogor Selatan, disepanjang lereng-lereng dan bukit-bukit di sekitar Kawasan Ekosistem Halimun. Berawal dari filosofi hidup yang tertuang dalam suatu kepercayaan yang menganggap bahwa “*Ibu Bumi, Bapak Langit*” yang maknanya adalah keutuhan bumi beserta dengan segala isinya harus dijaga dengan seksama, sebab apabila ada salah satu unsur/ makhluk yang dirusak akan mengakibatkan rusaknya keseimbangan proses di kawasan ini.

Dalam proses pengembangan menuju keberhasilan mendukung kelestarian alam di kawasan taman nasional, kasepuhan haruslah mendapat dukungan dari semua pihak terutama dari masyarakat sekitar lokasi kasepuhan. Keberadaan kasepuhan yang semakin dikenal karena kegiatan tradisionalnya yang rutin dan sangat menarik, nantinya akan mengundang banyak wisatawan dan peneliti untuk berkunjung. Para wisatawan dan peneliti akan berasal dari berbagai latar belakang budaya yang berbeda, baik yang berasal dari berbagai tempat di Indonesia maupun luar negeri. Untuk itu anggota masyarakat kasepuhan dan masyarakat umum di sekitar lokasi kasepuhan harus memiliki pemahaman tentang keberagaman budaya dan kemampuan untuk menerima dan memperlakukan para pengunjung. Hal inilah yang mendasari perlunya dilakukan penelitian tentang persepsi masyarakat kasepuhan mengenai *culture diversity* orang-orang yang nantinya akan semakin banyak berkunjung ke kasepuhan tersebut. Hasil penelitian ini akan dijadikan landasan untuk membuat rekomendasi program literasi kebudayaan bagi masyarakat sekitar kasepuhan dan anggota masyarakat kasepuhan itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka masalah penelitian ini dirumuskan pada dua fokus utama, yaitu: 1) Bagaimana persepsi masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi tentang pentingnya pengetahuan mengenai keragaman budaya di luar lingkungan masyarakat kasepuhan? 2. Bagaimana persepsi dan penerimaan masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi terhadap keragaman budaya masyarakat luar yang akan berinteraksi?

KAJIAN LITERATUR

Penelitian mengenai literasi informasi yang telah dilakukan sebelumnya yang dapat dijadikan landasan penelitian ini adalah penelitian mengenai Komunitas Literer Bandung, sebuah studi fenomenologi pada individu yang terlibat dalam pergerakan literasi di Indonesia (Damayani, 2011). Diketahui bahwa literasi informasi merupakan bagian dari sebuah komunitas yang sesuai dengan kebutuhan dan peminatan serta merupakan cara mengekspresikan diri untuk mengkonstruksi pengetahuan bersama individu lain sebagai upaya menjadi individu lain sebagai upaya menjadi masyarakat literat, yaitu masyarakat pembelajar sepanjang hayat yang cerdas, kritis dan etis. Penelitian lainnya adalah tentang literasi informasi siswa sekolah dasar (Rusmana, 2009), literasi dan kemandirian (Rusmana, 2010). Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa literasi informasi mampu membuat siswa menjadi mandiri dalam mengerjakan tugas sekolah serta tugas dalam hidup keseharian. Penelitian selanjutnya yang digunakan adalah kegiatan diseminasi informasi tentang penanggulangan angka kematian ibu (Damayani dan Rusmana, 2012) yang menyimpulkan bahwa para tokoh kesehatan memiliki peran penting sebagai pendukung keterampilan literasi informasi kesehatan.

Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Agus Sutopo tahun 2005 tentang Program Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) terhadap Kelestarian Kawasan Hutan dan Kesejahteraan Masyarakat Desa Hutan di Kabupaten Ngawi menjelaskan bahwa sumber daya manusia dan kedekatan lokasi masyarakat dengan hutan menjadikan faktor utama dalam pengembangan agroindustri. Pengembangan hutan dapat menjadi sebuah pembelajaran oleh masyarakat dengan mengedepankan pengetahuan mereka dalam pengembangan ekonomi, budaya dan pemahaman tentang hutan sebagai sumber energi pengetahuan masyarakat. Penelitian-penelitian terdahulu tersebut memfokuskan pada literasi informasi sebagai sumber pembelajaran sepanjang hayat (*life long learning*), sedangkan penelitian tentang Persepsi Masyarakat Mengenai *Culture Diversity Literacy* di Kasepuhan Sinar Resmi Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi yang akan dilakukan ini menitik beratkan pada bagaimana masyarakat mempersepsi keterampilan literasi budaya yang berbeda-beda sebagai bekal untuk dapat hidup bersama dalam keanekaragaman budaya masyarakat.

Proses kegiatan pembangunan fisik sering dinilai sebagai sebuah kegiatan yang menjadi faktor utama keberhasilan daerah. Namun seringkali pembangunan yang mengabaikan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat justru menjadi penyebab perpecahan di antara masyarakatnya sendiri karena masyarakat merasa tidak dilibatkan dan disepelekan oleh pihak penggerak industri. Perasaan bahwa kegiatan pembangunan tidak selalu sesuai dengan keinginan masyarakat, merupakan sesuatu yang harus dipahami secara komprehensif sebagai sebuah bagian dari masyarakat majemuk. Menurut Susetyo (2010:12) pluralitas dalam masyarakat mendorong dinamika masyarakat yang khas. Keterikatan individu pada identitas kelompoknya mendorong meningkatnya sikap etnosentrisme, prasangka *ingroup-outgroup*, merebaknya stereotipe yang memengaruhi kualitas relasi antarkelompok. Hal tersebut merupakan sebuah kenyataan, bahwa keterlibatan masyarakat kawasan eksploitasi sumber daya alam merupakan isu sosial yang terjadi di hampir di setiap tempat eksploitasi di Indonesia. Hal ini dirasakan dengan datangnya investor mampu mengadakan perubahan struktur dan tatanan nilai kehidupan masyarakat, juga pada pola tatanan kehidupan bermasyarakat.

Relasi sosial yang ada di kawasan geopark akan menuntun masyarakat pada suatu aktivitas dan dinamika sebuah masyarakat. Semakin meningkat dan kompleks aktivitas suatu masyarakat semakin tinggi dinamika masyarakat tersebut seperti yang dikemukakan oleh Garna (1999). Cooley (dalam Soekanto, 1983:34) membedakan antara hubungan primer dengan hubungan sekunder. Gejala yang menonjol dalam hubungan primer adalah hubungan tatap muka yang erat hubungannya dan gotong royong. Sehingga kepentingan pribadi lebur dalam kepentingan umum. Begitu pula sebaliknya hubungan sekunder lebih pada bentuk hubungan formal. Bentuk hubungan yang dikemukakan oleh Conway (1991) bahwa ketertarikan dan kesediaan untuk menggunakan kekekatan kelompok. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Welch, Steinman & Comer (dalam Wilson, 2000) menyatakan pentingnya peranan kelompok dalam menentukan partisipasi arahan tujuan anggota kelompok sebagai sebuah keeratan dalam anggota kelompok tersebut sehingga akan membentuk sebuah identitas baru sebagai bentuk alat untuk menciptakan perlawanan.

Tumbuhnya berbagai produk yang dimiliki oleh masyarakat sesuai dengan potensi lokal, telah banyak menghasilkan peluang dalam bisnis di usaha mikro kecil dan menengah. Peran serta masyarakat dalam memajukan sentra-sentra produksi industri kerajinan di kawasan geopark dapat tumbuh dan mampu bersaing dalam bisnisnya, melalui lokal yang terintegrasi dan komprehensif untuk mampu memenuhi kebutuhan pasar serta persaingan kompetitif dan tentunya didukung dengan aktivitas inovasi dan kreativitas. Masyarakat yang bergerak dalam bidang kewirausahaan dengan bahan dasar lokal berusaha untuk mendapatkan pemasukan ekonomi sebagai upaya untuk membantu perekonomian keluarga namun pada akhirnya mereka menjadikan sebuah kegiatan kewirausahaan sebagai basis ekonomi masyarakat di lingkungan tempat tinggalnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berkaitan dengan evaluasi literasi sosial budaya masyarakat di sekitar hutan lindung dalam mengelola sumber daya alam. Penelitian ini akan memfokuskan studi pada literasi sosial dan budaya masyarakat terutama dalam preservasi hutan lindung serta potensi pengembangannya yang dapat diapresiasi oleh masyarakat itu sendiri. Dengan demikian dapat ditemukan argumentasi yang jelas mengapa perencanaan hutan lindung ini perlu dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan Partisipatory Rural Aprisal (PRA). Pendekatan kualitatif memfokuskan telaaahnya pada makna-makna subyektif, pengertian-pengertian, metafor-metafor, simbol-simbol, dan deskripsi-deskripsi ihwal suatu kasus spesifik yang hendak diteliti. Pendekatan ini dipilih agar studi ini memperoleh gambaran detail dan mendalam informasi mengenai suatu gejala sosial tertentu yang bersifat fenomenologis. Peneliti menempatkan diri sebagai *the insider* yang berusaha sejauh mungkin melakukan empati (atau memproyeksikan diri dalam peran dan persepsi objek yang diteliti) agar bisa sebaik mungkin merefleksikan penghayatan subjektif objek yang diteliti. Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Sirna Resmi Kecamatan Cisolak, Kabupaten Sukabumi, Pemilihan ini di Gunung Halimun Salak ditemukan titik lokasi dalam kondisi hutan sekitar Taman Nasional Gunung Halimun-Salak (TNGHS).

Penelitian berorientasi pada data yang dikumpulkan dari anggota masyarakat yang melakukan perlindungan dan mengembangkan dalam bentuk kelembagaan masyarakat. Data primer diperoleh melalui wawancara beberapa pihak yang terkait dengan kegiatan budaya dan lingkungan hidup di tiga tempat tersebut yaitu tokoh masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi, warga sekitar yang terlibat aktif dalam berbagai kegiatan, pemerintahan kelurahan, dan Dinas Pariwisata dan Budaya / dinas terkait lainnya serta pihak swasta yang turut aktif mendukung kegiatan tersebut. Berdasarkan azas penelitian kualitatif, analisis data dilakukan di lapangan dan bahkan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Reduksi data dan sajian data merupakan dua komponen dalam analisis data. Penarikan kesimpulan dilakukan jika pengumpulan data dianggap cukup memadai dan dianggap selesai. Jika terjadi kesimpulan yang dianggap kurang memadai, diperlukan aktifitas verifikasi dengan sasaran yang lebih terfokus. Ketiga komponen aktifitas tersebut saling berinteraksi sampai diperoleh kesimpulan yang mantap.

HASIL PENELITIAN

Profil Masyarakat Adat Kasepuhan

Kasepuhan Sinar Resmi merupakan satu dari sebelas kasepuhan yang berada di wilayah Banten Selatan. Masyarakat ini hidup secara turun temurun dari generasi ke generasi. Dengan sistem yang diwariskan para leluhur, masyarakat adat Kasepuhan Sinar Resmi menata seluruh kehidupannya baik sebagai individu maupun sebagai kelompok sosial dan religius yang khas, yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Sistem-sistem inilah yang dipertahankan dan diperjuangkan sebagai sumber semangat hidup yang terkandung dalam sistem adat yang masih dibudayakan dan dilestarikan. Salah satu contoh adalah, rencana pembangunan yang akan dilaksanakan di masyarakat adat selalu disosialisasikan terlebih dahulu kepada warga masyarakat. Salah satu sarana yang dapat dijadikan sosialisasi adalah pertemuan rutin warga. Pada pertemuan yang dilakukan setiap bulan ini, kepala adat "sesepuh" mensosialisasikan program pembangunan kepada masyarakat di masyarakat adat. Masyarakat adat Kasepuhan Sinar Resmi tidak pernah terlepas dari filosofi-filosofi hidup yang sudah menjadi satu jiwa pada diri masyarakat kasepuhan sendiri. Berdasarkan filosofi inilah masyarakat kasepuhan memiliki keyakinan untuk terus menjaga apa yang sudah diwariskan oleh para leluhurnya, baik menjaga hubungan dengan manusia lain dan menjaga hubungan dengan alam.

Walaupun secara adat masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi adalah kelomok masyarakat dengan keanggotaan tertutup, mereka tidak menutup diri dari interaksi dengan masyarakat di sekitar kasepuhan, maupun masyarakat di luar yang lokasinya berjauhan. Berbagai bentuk interaksi yang terjadi, mulai dari perdagangan sampai keikutsertaan dalam kegiatan pemilihan kepala desa dan pemilihan presiden.

Masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi masih memelihara cara bertani tradisional. Secara tertulis pada KTP, masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi beragama Islam dan mereka memiliki sebuah masjid berlokasi di tengah kampung. Namun begitu, mereka masih melakukan ritual dengan memberikan ritus atau sesajian untuk “ibu alam” yang mereka sebut sebagai *Dewi Sri* yang dalam konsep kasepuhan dimaknai sebagai pelindung dan pemelihara kehidupan, terutama pangan. Penghormatan dan ucapan terima kasih pada Dewi Sri disampaikan dalam bentuk ritual sesajian dan upacara adat, mulai dari awal waktu tanam sampai panen, dan pada saat memasak nasi dan memakannya. Sesuai adat yang digunakan, semua upacara adat yang berhubungan dengan pertanian padi, misalnya pada saat akan memulai kegiatan pertanian, seluruhnya berpusat pada ketua adat. Saat penelitian berlangsung, ketua adat kasepuhan adalah Abah Asep. Setiap akan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan padi, para pelaku penanaman dan panen harus meminta dan mendapatkan izin terlebih dahulu kepada abah. Selanjutnya Abah (berdasarkan penghitungan waktu alam), menentukan waktu dan kemudian memberikan izin untuk melakukan kegiatan pertanian secara serentak pada waktu yang sudah ditetapkan. Dalam setiap kegiatan pertanian juga terdapat berbagai macam upacara ritual, misalnya pada saat memilih bibit, dilakukan upacara ritual dengan cara membakar kemenyan dan melantunkan do'a, begitupun pada saat menabur benih.

Persepsi Masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi tentang Pentingnya Pengetahuan Mengenai Keragaman Budaya di luar Lingkungan Masyarakat Kasepuhan.

Dalam menjalani kehidupan sosialnya, anggota masyarakat adat Kasepuhan Sinar resmi menggunakan dua kelembagaan sosial, yaitu kelembagaan sosial masyarakat resmi yang sudah diatur oleh pemerintah Republik Indonesia, dan kelembagaan sosial yang dibuat dan diberlakukan untuk seluruh anggota masyarakat adat Kasepuhan. Salah satunya adalah pernikahan, Seperti masyarakat umumnya, pelaksanaan pernikahan warga masyarakat adat dilaporkan tercatat secara resmi oleh Kantor Urusan Agama Kecamatan dimana mereka tinggal, dalam hal ini adalah Kecamatan Cisolak, Kabupaten Sukabumi. Namun untuk seluruh pelaksanaan kegiatan yang berkaitan dengan adat dan kebiasaan, seluruh anggota masyarakat adat kasepuhan harus mengikuti adat istiadat yang dibuat dan diberlakukan oleh kasepuhan, seperti permintaan ijin menikah kepada Ketua Adat Kasepuhan, upacara pernikahan dan persyaratan adat pernikahan lainnya. Kepada Adat Kasepuhan Sinar resmi menyebutkan bahwa upacara adat dilaksanakan setelah seluruh persyaratan menikah yang diwajibkan oleh Kantor Urusan Agama Kecamatan telah terpenuhi. Diputuskan oleh masyarakat adat bahwa urusan yang berkaitan dengan peraturan pemerintah harus didahulukan.

Dari FGD (*Focus Group Discussion*) yang dilakukan, diperoleh kejelasan bahwa kehadiran wisatawan dan peneliti yang bersikap dan berperilaku berbeda dengan budaya mereka, baik yang terlihat dari cara mereka berpakaian dan bahasa yang mereka gunakan, diterima dengan sukarela oleh masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi. Masyarakat kasepuhan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak tentang keberadaan orang asing di berkunjung di wilayah mereka. Interaksi antara masyarakat kasepuhan dengan masyarakat asing dari luar lingkungan masyarakat kasepuhan terjadi dalam banyak kesempatan, terutama ketika wisatawan dan peneliti hadir untuk menyaksikan ritual yang dikemas seperti sebuah pertunjukan.

Pemahaman masyarakat adat Kasepuhan Sinar Resmi tentang keberadaan dan peran pemerintah daerah dan pusat dalam menjalankan kehidupan tradisional terwujud pada pernyataan bahwa anggota masyarakat akan sukarela membantu program pembangunan, termasuk pembangunan atau perbaikan jalan raya yang melewati kampung mereka. Mereka menyadari bahwa apabila kondisi jalan menuju tempat tinggal mereka dan menuju lokasi pertanian berada dalam kondisi baik dan dapat dilalui kendaraan, maka kehidupan mereka akan menjadi lebih sejahtera.

Masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi menyadari sepenuhnya akan pentingnya pengetahuan mengenai beragamnya kebudayaan yang akan dibawa oleh banyak anggota masyarakat di luar kasepuhan, terutama masyarakat yang berasal dari kota yang jauh dari Taman Nasional Gunung Halimun dan Salak, maupun dari luar negeri. Mereka sadar bahwa kehadiran orang-orang dari luar wilayah kasepuhan tidak dapat dilarang atau dihindari karena mereka juga sadar bahwa kegiatan ritual berupa upacara-upacara adat yang mereka lakukan secara rutin memiliki daya tarik yang sangat besar bagi masyarakat luar. Untuk menghindari kesalah pahaman masyarakat kasepuhan terhadap sikap, perilaku dan tindakan masyarakat luar yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, anggota masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi berusaha mempelajari atau setidaknya mengenali untuk kemudian membiasakan diri pada kondisi yang dipengaruhi oleh kehadiran orang-orang asing tersebut seperti cara berbicara dan bahasa yang digunakan yang sangat berbeda dengan budaya masyarakat kasepuhan. Mereka memahami bahwa dengan mengenali keragaman budaya masyarakat asing, masyarakat kasepuhan akan memperoleh manfaat dari berbagai hal seperti perekonomian.

Persepsi dan Penerimaan Masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi Terhadap Keragaman Budaya Masyarakat Luar yang akan Berinteraksi.

Dengan memiliki pengetahuan yang cukup tentang budaya asing yang sangat beragam dari masyarakat di luar kasepuhan, ditambah dengan pemahaman yang diberikan oleh Abah Asep sebagai ketua adat Kasepuhan Sinar Resmi, anggota masyarakat kasepuhan memiliki persepsi yang positif tentang masyarakat asing tersebut. Persepsi positif yang diberikan oleh masyarakat kasepuhan terlihat dari kesediaan mereka menerima masyarakat asing dengan gaya dan penampilan masing-masing. Namun mereka tetap menyaratkan kepada orang-orang asing tersebut untuk memakai pakaian yang sopan dan tidak terlalu terbuka, bahkan untuk tamu pria yang akan menemui Abah Asep sebagai ketua adat Kasepuhan Sinar Resmi, harus mengenakan ikat kepala khas budaya Sunda.

Penerimaan masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi terhadap orang-orang asing semakin besar ketika upacara ritual yang dikenal dengan nama “Seren Taun” yang diikuti oleh anggota keluarga besar Kasepuhan Sinar Resmi, baik yang bertempat tinggal di Cisolok maupun di lokasi di mana anggota keluarga Kasepuhan Sinar Resmi, sehingga ritual ini dilakukan dengan upacara yang sangat besar dengan ribuan peserta. Besarnya upacara ritual yang sudah dijalankan secara rutin bertahun-tahun lamanya ini memiliki daya tarik tersendiri bagi banyak masyarakat luar, baik wisatawan maupun peneliti dari dalam dan luar negeri. Popularitas acara ini menyebabkan tingginya kunjungan wisatawan dan peneliti untuk menyaksikan secara langsung ritual Seren Taun.

Walaupun tidak dilakukan atas permintaan pihak Kasepuhan Sinar Resmi, upacara Seren Taun menerima dukungan berupa sponsor dari banyak perusahaan yang memasang spanduk, baligo dan berbagai bentuk souvenir dan tenda yang sengaja dibangun. Selanjutnya karena populer, acara ritual ini juga diliput oleh media televisi, majalah dan surat kabar lokal (Kota/ Kabupaten Sukabumi) dan nasional. Kehadiran sponsor dan liputan yang memiliki profil modern dan kemeriahan yang sangat berbeda dengan profil tradisional masyarakat, tidak menimbulkan penolakan dari warga kasepuhan, bahkan kedua pihak dapat bekerja sama dalam melancarkan dan memeriahkan seluruh ritual dalam upacara Seren Taun.

KESIMPULAN

Dari analisis hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa anggota masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi memiliki persepsi yang positif pada pentingnya pengetahuan tentang keragaman budaya (*culture diversity literacy*) masyarakat di luar budaya kasepuhan yang hadir ke dalam budaya masyarakat kasepuhan sebagai sebuah kewajaran yang harus diterima. Berdasarkan pengetahuan tentang keragaman budaya masyarakat di luar kasepuhan, anggota masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi memiliki persepsi yang positif pada keragaman budaya yang dibawa oleh orang-orang dari luar masyarakat kasepuhan, bahkan keberadaan budaya orang-orang asing tersebut dapat bersinergi dengan ritual yang menjadi bagian dari tradisi budaya Kasepuhan Sinar Resmi di Cisolok Kabupaten Sukabumi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 1999. Kerangka Acuan Rehabilitasi Kawasan Taman Nasional Gunung Halimun Salak (TNGHS). Jember: Balai Taman Nasional Gunung Halimun Salak (TNGHS).
- Anonim. 2000. Statistik Kehutanan Balai Taman Nasional Gunung Halimun Salak (TNGHS). Jember: Balai Taman Nasional Gunung Halimun Salak (TNGHS).
- Goeltenboth, Friedhelm, 1992. "Kerusakan Hutan dan Implikasi bagi Kestinambungan Daya Dukung Lingkungan. *Prisma*, No.6, Tahun XXI. Jakarta: LP3ES.
- Identifikasi Sosial Ekonomi Budaya Masyarakat Sekitar Penyangga Taman Nasional Gunung Halimun Salak (TNGHS), *Laporan Penelitian*. Balai Pengelolaan DAS Sampean – Madura, Balai Taman Nasional Gunung Halimun Salak (TNGHS) dan Universitas Jember. Tahun 2002.
- Pelly, Usman, 1993. Pengukuran Intensitas Potensi Konflik dalam Masyarakat Majemuk, *Analisis CSIS*, Th.XXII, No. 3, Mei – Juni.
- Rahman Bustami dan Hary Yuswadi, 2000. *Sistem Sosial Budaya Indonesia*, Laboratorium Kajian Pemberdayaan Masyarakat – FISIP – Universitas Jember.
- Usman, Sunyoto, 2001. *Konflik dan Resolusi Konflik Sumberdaya Alam Perspektif Sosiologi*, Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Tgl. 15 September 2001 di Yogyakarta.

KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK DAN PENGARUHNYA TERHADAP SELEKSI CALON PEMIMPIN PADA PARTAI POLITIK (Survei Penelitian pada PDIP Kab. Pandeglang – Lebak Provinsi Banten)

¹Ikhsan Ahmad, ²Rangga Galura Gumelar, ³Iman Mukhroman

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
(alamat)

¹ikhsanjabang@gmail.com, ²rangga_galura@yahoo.com, ³iman_mukhroman@yahoo.com

ABSTRAK

Komunikasi dalam pemasaran politik dalam negara demokrasi akan selalu tumbuh dan berkembang yang menampilkan profil calon pemimpin, pada tekanan citra dan karakteristik pribadi pemimpin yang digambarkan dapat mewakili struktur sosial, ekonomi, budaya, politik suatu masyarakat. Pendekatan seleksi kepemimpinan yang berlaku di Indonesia, khususnya di Banten dalam prakteknya menerapkan pendekatan pemasaran politik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi. Hal itu dikarenakan banyak politisi maupun partai politik yang mulai menyadari manfaat survei dan konsultasi politik. Pada analisis regresi tidak cukup untuk merubah paradigma partai yang terasumsikan sebagai bagian transaksional. Struktur masyarakat Kabupaten Pandeglang yang lekat pada nilai keagamaan, budaya serta kedaerahan menjadi subansi menarik terhadap calon yang kemudian di usung untuk maju sebagai Gubernur Banten selanjutnya. Variabel komunikasi pemasaran politik yang kemudian di sandingkan pada variabel seleksi calon pemimpin k memberikan dampak ataupun pengaruh yang signifikan terhadap penentuan sosok calon yang akan diusung oleh partai PDI-P Provinsi Banten. Keseluruhan data menunjukkan bahwa hipotesis menyiratkan pada bagaimana hipotesis alternatif diterima, artinya semua memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Koefisien determinasi dari data diatas adalah ketika Gagasan berdiri sendiri maka memiliki pengaruh sebesar 36,9%, sedangkan jika Imej berdiri sendiri maka memiliki pengaruh sebesar 21,4%. Sedangkan jika keduanya disatukan maka akan terjadi 37,2%. Variabel Gagasan memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan pada variabel imej pada peneguhan keyakinan akan calon yang akan diusung pada pemilihan Gubernur Banten periode 2017-2022.

Kata Kunci : *Komunikasi Pemasaran Politik, Seleksi Calon Pemimpin.*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan demokrasi di banyak negara saat ini, marketing politik telah dijadikan salah satu cara untuk menginformasikan dan mengkomunikasikan strategi politik, produk politik, brand politik, keputusan taktis yang menyangkut posisi dan oposisi serta merefleksikan keinginan publik. Marketing politik melibatkan literatur dan praktek di bidang pemasaran, komunikasi dan ilmu politik dalam lingkup kajian orientasi pasar. Penerapan konsep komunikasi pemasaran politik memungkinkan seleksi kepemimpinan menjadi lebih demokratis (Scammell, 1995) dan memungkinkan penguatan hubungan partai-partai politik, pemerintah dengan publik dalam jangka panjang. karena itu metode seleksi kepemimpinan dalam partai perlu mendapat perhatian sebelum seorang kader partai ditetapkan sebagai kontestan politik dalam suatu pemilihan umum. Seleksi kepemimpinan politik diperlukan untuk mengetahui: (1) sejauh mana calon dapat dipercaya sebagai instrumen untuk menciptakan kebijakan publik; (2) kejujuran, integritas dan kompetensinya (Timothy, 2005). Komunikasi pemasaran politik dalam seleksi kepemimpinan politik menjadi cara efektif

untuk menangkap dan mempertahankan perhatian masyarakat calon pemilih. Dalam seleksi tersebut, profil para calon ditampilkan sebagai bahan pengetahuan masyarakat pemilih. Hal ini berbeda ketika kampanye politik belum menjadi bagian pemasaran politik, seleksi kepemimpinan relatif sedikit dikomunikasikan (Patterson 1993). Peranan komunikasi dalam pemasaran politik juga bertujuan mempengaruhi preferensi pemilih dalam sebuah pemilu melalui pembangunan gagasan sebagai kunci sebuah produk politik yang akan ditawarkan kepada masyarakat calon pemilih (platform partai, citra dari pemimpin partai) agar efektif dapat berhubungan dengan pemilih seperti produsen barang dan jasa yang menghasilkan produk mereka secara efektif menjalin hubungan dengan konsumennya.

Gagasan dan imej dapat menjadi penekanan positioning partai dalam pemasaran politik. Komunikasi dalam pemasaran politik tumbuh sejalan dengan teknologi media massa yang semakin berkembang dalam iklim demokrasi, menampilkan profil calon pemimpin pada tekanan citra dan karakteristik pribadi pemimpin yang digambarkan dapat mewakili struktur sosial, ekonomi, budaya, politik suatu masyarakat. Informasi tentang diri seorang calon pemimpin dikelola menjadi pesan dalam teks media yang berkaitan dengan model pengelolaan informasi kognitif untuk beradaptasi dengan konsep konsep pemaknaan teks yang dapat memiliki beberapa arti yang dapat diterjemahkan secara berbeda oleh individu maupun kelompok yang berbeda. Menurut Moores (1993) teks media adalah bacaan yang terbuka, oleh karenanya praktisi komunikasi pemasaran politik mencoba untuk memahami kerangka acuan, nilai-nilai dan lingkungan budaya tertentu didalam kahalayaknya untuk mencoba untuk membatasi kemungkinan melebarnya makna dalam informasi dan pesan persuasi yang diberikan.

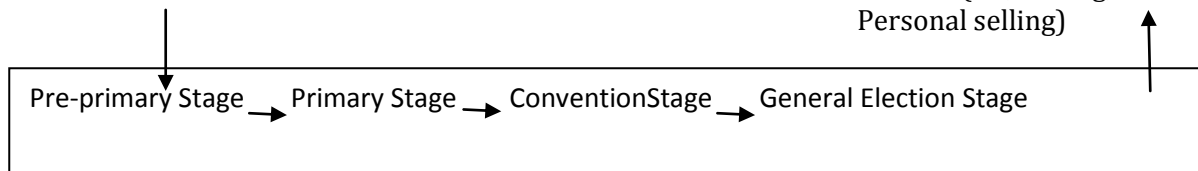
Pemilihan Gubernur Banten yang seyogyanya akan di gelar pada bulan Februari 2017 untuk masa kepemimpinan periode 2017-2022 menjadi diskursus penting di Banten. Banyak calon yang kemudian dijadikan sebagai alternatif yang diusung oleh partai untuk kemudian ditawarkan kepada masyarakat untuk nantinya akan dijadikan sebagai calon yang diajukan oleh Partai. Peneguhan keyakinan calon yang diusung oleh partai tidaklah mudah, banyak variabel yang muncul dan memberikan pandangan luas akan keragaman pemahaman tersebut. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) merupakan partai yang memiliki basis masa kuat di Banten, dimana saat ini Gubernur Petahana yaitu Rano Karno merupakan kader partai PDIP. Sangat menarik untuk kemudian kita bahas apakah kemudian seleksi calon pemimpin yang akan diusung oleh PDIP akan sesuai dengan kehendak kalayak ataukah ini merupakan pertarungan pada variabel simbol dan kekuatan modal. Kabupaten Pandeglang dan Kabupaten Lebak dimana memiliki nilai dan kesapahaman akan budaya tentunya menjadi pertarungan ketat bagi para politikus untuk kemudian menentukan pilihan khususnya bagi para kader dari PDIP untuk mencalonkan Gubernur sesuai dengan kriteria yang diajukan. Pendekatan seleksi kepemimpinan yang berlaku di Indonesia, khususnya di Banten dalam prakteknya menerapkan pendekatan pemasaran politik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi melalui model komunikasi didalamnya. Pemahaman ini kemudian menjadikan sebuah masalah yang diangkat untuk diuji pada **Pengaruh Komunikasi Pemasaran Politik terhadap Seleksi Calon Pemimpin di PDIP Kabupaten Pandeglang dan Lebak Banten**). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh dari Komunikasi Pemasaran Politik secara langsung ataupun dalam bahasan sub variabel terhadap proses seleksi calon pemimpin Gubernur Banten masa depan. Selain dari

itu dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana transparansi seleksi. Mengetahui tentang transparansi seleksi kepemimpinan kepala Daerah PDIP Banten dalam membentuk informasi yang dibutuhkan oleh pemilih dalam Pilgub Banten pada umumnya.

Komunikasi pemasaran politik berpotensi besar menggiring partisipasi pemilih, dukungan pemilih dan memenangkan pemilu. Lebih jauh lagi dapat memberi pengetahuan tentang suatu kondisi politik yang terjadi dalam suatu negara (Moloney, 2001).

Tabel 1

Segmentasi Pemilih (Pasar)	Model pemasaran politik Positioning Kandidat/Partai Politik	Perumusan strategi dan pelaksanaannya
A. Penilaian kebutuhan pemilih	A. Menilai kekuatan dan kelemahan	A. 4 P
B. Profil pemilih	B. Menilai kompetisi	1. Produk politik (platform kampanye)
C. Identifikasi segmentasi pemilih individu	C. Target segmentasi	2. Harga (sumber daya keuangan)
	D. Penetapan imej kandidat/party politik	3. Distribusi (media massa)
		4. Promosi (PR, Polling, Personal selling)



Sumber: Newman, 1994

Menurut kamus besar bahasa Indoensia (2008), gagasan adalah hasil pemikiran atau ide. Istilah gagasan atau ide dipakai secara populer maupun dalam bidang filsafat yang menunjuk pada pengertian citra mental yang artinya sama dengan cita-cita. Hal ini kemudian berkembang dengan gagasan dalam kampanye yang dibangun untuk mempengaruhi preferensi pemilih, termasuk mempengaruhi strategi pemasaran untuk menawarkan platform partai, citra dari pemimpin partai serta mempengaruhi positioning partai dalam pemasaran politik, (Lees-Marshment, et al, 2001 dan Lilleker, et al, 2005). Imej dalam pemasaran politik adalah salah satu dari produk politik yang hendak ditawarkan kepada masyarakat pemilih melalui tehnik komunikasi agar dapat mempengaruhi preferensi pemilih dalam sebuah pemilu (Lees-Marshment, et al, 2001 dan Lilleker, et al, 2005). Imej calon pemimpin, imej partai politik menjadi bagian terpenting dari produk politik yang ada. Produk politik terdiri dari tiga bagian yang berbeda: seseorang atau sekelompok individu, partai politik dan ideologi politik. Menurut Butler dan Collins (1994).

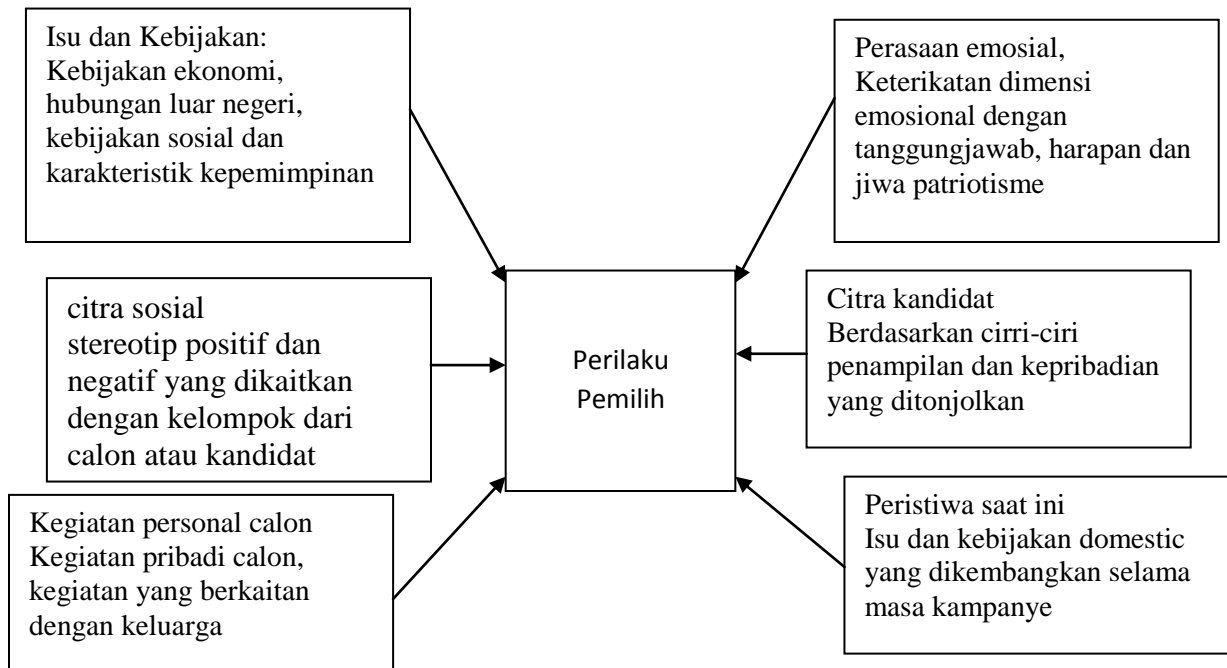
Imej dalam pemasaran politik adalah salah satu dari produk politik yang hendak ditawarkan kepada masyarakat pemilih melalui tehnik komunikasi agar dapat mempengaruhi preferensi pemilih dalam sebuah pemilu (Lees-Marshment, et al, 2001 dan Lilleker, et al, 2005). Imej calon pemimpin, imej partai politik menjadi bagian terpenting dari produk politik yang ada. Produk politik terdiri dari tiga bagian yang berbeda: seseorang atau sekelompok individu, partai politik dan ideologi politik. Menurut Butler dan Collins (1994). Dalam pendekatan pemasaran politik, imej memiliki dua elemen dasar yakni : 1) Positioning; seperti apakah pelaku politik ‘ditempatkan’ dalam pikiran penerima pesan politik. Konsep ini bisa

diartikan sebagai sebuah hubungan yang dibuat oleh perusahaan antara produk yang dihasilkan dengan segmen khusus di pasar (Newman, 1999). Selanjutnya, Ries & Trout (2002) mendefinisikan “positioning” sebagai “menempatkan produk dalam pikiran konsumen”. Meski begitu, positioning bukanlah sesuatu yang dilakukan terhadap produk itu sendiri, melainkan menempatkan produk itu dalam pikiran calon konsumen. 2) Memory; Bagaimana ‘kesan terhadap pelaku politik’ ditanam dalam pikiran penerima pesan politik. Manusia pada hakekatnya adalah *cognitive miser* (pelit mengalokasikan sumber daya kognitifnya) dan kerap menyeleksi informasi yang ingin disimpan dalam memori; hanya hal-hal yang dinilai penting olehnyalah yang disimpan, sedang lainnya dibuang. Apalagi dalam dunia yang dipenuhi oleh pesan-pesan komunikasi (*overcommunicated society*), manusia memiliki semacam mekanisme yang disebut “*oversimplified mind*” dimana pikiran hanya menyerap pesan-pesan yang dianggapnya tidak terlalu rumit dan sederhana.

Konsep pemasaran politik harus dilaksanakan secara terus menerus oleh partai politik atau kontestan untuk membangun kepercayaan dan imej politik. Membangun imej politik hanya dapat dilakukan melalui hubungan jangka panjang, tidak hanya selama kampanye akan tetapi secara terus menerus. Media massa juga sering disebut sebagai cermin masyarakat. Teori komunikasi massa yang disebut sebagai *reflective-projective theory* mengatakan media massa merupakan cermin masyarakat yang merefleksikan suatu citra yang menimbulkan banyak tafsiran. Media massa mencerminkan citra masyarakat, dan sebaliknya khalayak memproyeksikan citranya pada penyajian media massa. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa berita politik, tokoh politik, partai politik dan kebijakan politik dapat menimbulkan penafsiran yang berbeda dan citra politik yang berbeda bagi masing-masing orang. Selain itu media massa dari perspektif komunikasi politik, bukan saja cermin masyarakat politik yang ambigu, tetapi media massa juga dapat disebut sebagai cermin masyarakat politik yang retak, karena tidak mampu merefleksikan seluruh realitas politik yang ada dalam masyarakat secara menyeluruh, tepat dan benar. Berita media massa hanyalah merupakan mosaik dari keping-keping peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Kendatipun demikian, media massa tetap memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk persepsi politik dan citra politik khalayak.

Dalam kampanye politik, banyak ilmuwan sosial yang menekankan fakta bahwa interaksi individu dengan lingkungan menentukan perilaku mereka dalam memilih, sementara afiliasi yang dilakukan partai hanya sedikit memberikan dorongan pemilih untuk memilih, oleh karena hanya dengan pendekatan yang berbeda terhadap konsumen (pemilih) dapat membantu menjelaskan perilaku pemilih (Newman, 1981). Pendekatan ini melahirkan tiga model yang berbeda perilaku pemilih. Pendekatan yang berpusat pada partai, pendekatan yang berpusat pada kebijakan dan pendekatan yang berpusat pada calon.

Tabel 2 Model perilaku pemilih



Sumber : (Newman and Sheth, 1985)

Untuk menilai apakah proses seleksi kepemimpinan yang dilakukan partai telah demokratis, maka perlu diketahui tingkat inklusifitas dalam proses seleksi tersebut, berapa jumlah yang memilih pemimpin partai tersebut? Apakah hanya satu orang, atau beberapa atau banyak penyeleksi sampai seluruh pemilih. Pemimpin politik adalah seseorang yang memiliki wawasan politik yang berguna untuk mengambil tindakan ideasional dan pragmatis serta memutuskan, mengarahkan dan memperjuangkan garis keyakinan sang pemimpin. Definisi ini menunjukkan bahwa dasar kepemimpinan politik adalah dorongan dan penjabaran ide-ide positif kreatif seperti pelayanan, pengorbanan, ketelatenan. Kepemimpinan dalam politik tidak ditentukan dari usia, kelas sosial, jenis kelamin, status sosial-ekonomi, agama afiliasi dan atau kualifikasi pendidikan. Kualifikasi pendidikan tidak menjadi jaminan atas kualifikasi intelektualitas atau kemampuan kognitif, namun tidak ditolak bahwa pendidikan formal, jika efektif, meningkatkan kemampuan kognitif, dan oleh karena itu, aset untuk seorang pemimpin politik, sementara efektifitas kepemimpinan politik ditentukan oleh aspek strategis terdiri dari futuristik, antisipatif atau proaktif.

Pendekatan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana populasi didapatkan dari seluruh anggota PDIP Banten pada tingkat Dewan Pengurus Daerah (DPD), Dewan Pengurus Cabang (DPC) dan Ranting Provinsi Banten sebanyak 5.015, sehingga sampel dng taraf signifikan $\alpha = 0.05$ menjadi 400 orang, kemudian kita bagi menjadi 4 Wilayah (Serang, Tangerang, Cilegon, Pandgelang-Lebak) menjadi 25% untuk tiap wilayah.

Tabel 3
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
X ₁	Gagasan (Wang, 2007; Payne & Wenger, 1998; Pinel, 1997; Smith, 1993; Westen, 1999; Wilson & Keil, 1999; Ohiwerei, 2008; Ohiwerei, 2008; Akpenyi dan Onyemelukwe, 2012; Lees-Marshment, et al, 2001; Lilleker, et al, 2005; Clemente, 1992).	<ul style="list-style-type: none"> • Pemikiran atau Ide • Persepsi • Emosi • Moralitas • Isu Pelayanan • Isu Kesejahteraan 	Likert
		<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan • Keyakinan • Kesan • Pengalaman • Pengetahuan 	
Y	Seleksi Calon Pemimpin (Silvester & Dykes, 2002; Patterson et al., 2002; Ashlee Toney, 2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Keterampilan Komunikasi • Intelektualitas • Kepercayaan • Kepemimpinan • Kemampuan • Emosi 	Likert

Tabel 4
Tingkat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

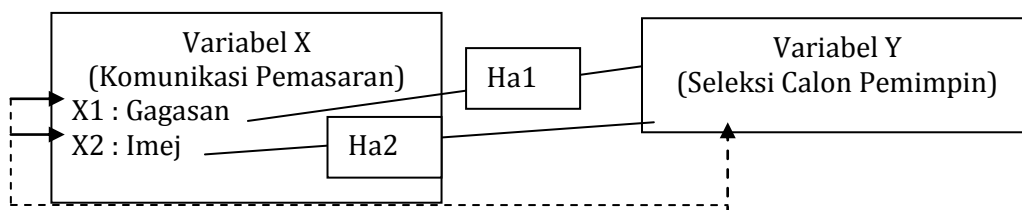
Sumber (Sugiono, 2008)

Dilakukan untuk menguji hipotesis pada penelitian dengan melakukan Uji Korelasi Pearson Product Moment

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum x \cdot y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Analisis Regresi Linear Sederhana $Y = a + bX$ dan Linear Berganda $Y = a + bX_1 + bX_2 + \dots + b_n X_n$, Koefisien Determinasi $Kd = r^2 \times 100\%$, serta analisis Jalur.

Hasil dan Pembahasan



Correlations

		x1	y
x1	Pearson Correlation	1	,607**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
y	Pearson Correlation	,607**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		y	x2
y	Pearson Correlation	1	,462**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
x2	Pearson Correlation	,462**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hubungan dari 100 responden antara X1 (Gagasan) terhadap Y (Seleksi Calon Pemimpin) (0,6) yang berarti kuat, sedangkan X2 (Imej) terhadap Y (Seleksi Calon Pemimpin) (0,46) yang berarti sedang, dan jika kedua variabel ini disatukan menjadi variabel Komunikasi Pemasaran (X) terhadap Y (Seleksi Calon Pemimpin) memiliki nilai korelasi 0,6 yang berarti kuat. Hal ini menunjukkan pada sebuah bingkai dimana kriteria ataupun dimensi-dimensi yang kemudian ditawarkan pada variabel Gagasan dan Imej dalam komunikasi pemasaran menjadi arti penting bagi kemudian partai PDI-P menentukan sosok calon pemimpin yang akan berlaga di pemilihan Gubernur Banten mendatang pada tahun 2017 nanti. Pada analisis regresi Linear sederhana didapatkan persamaan: $Y = 3,1 + 0,29 X1$, sedangkan untuk X2 : $Y = 8,3 + 0,6X2$, dan regresi Linear berganda $Y = 3,19 + 0,33X1 - 0,14X2$. Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan oleh variabel independen mulai dari X₁ langsung terhadap Y dan X₂ langsung terhadap Y memiliki nilai yang positif. Artinya Gagasan dan Imej sebagai variabel independen berpengaruh positif pada penekanan dan keteguhan terhadap variabel dependen (seleksi calon pemimpin). Akan tetapi jika kemudian keduanya disatukan sebagai variabel yang sama yang diperlihatkan pada uji regresi berganda, diperlihatkan bahwasannya pengaruh antara variabel tersebut menurun. Artinya bahwa adalah kebalikannya, dengan demikian variabel Gagasan masih memiliki pengaruh positif dan lebih kuat dibandingkan dengan variabel imej yang memiliki nilai negatif, walaupun terlihat sesungguhnya nilai yang diberikan oleh variabel imej tidak memiliki banyak pengaruh atau tidak signifikan. Dengan demikian maka variabel yang memiliki kontribusi paling besar dalam mempengaruhi masyarakat dalam menentukan sosok seleksi pemimpin calon Gubernur Banten adalah gagasan.

Pada pengujian hipotesis maka akan diuji hipotesis mana yang kemudian diterima atau ditolak. Pengaruh langsung antara Komunikasi Pemasaran Politik dalam hal ini variabel Gagasan terhadap seleksi calon pemimpin Gubernur Banten periode 2017-2022 di dalam PDIP Banten dengan nilai korelasi 0,6 (kuat), nilai t hitung 7,56 lebih besar di banding t tabel dan nilai F 57,206 lebih besar dibanding F tabel dan signifikan pada angka 0,00 yang menandakan bahwa hipotesis nol ditolak,

artinya hipotesis alternatif diterima. Artinya ada pengaruh antara Gagasan terhadap seleksi calon pemimpin Gubernur Banten di tubuh partai PDI-P Provinsi Banten. Ini menandakan bahwa gagasan masih memiliki pengaruh kuat pada tema seperti halnya ide, persepsi, moral dsb yang akan dilakukan oleh kandidat calon untuk meyakinkan pada kader PDIP melaju sebagai calon Gubernur yang diusung oleh PDIP Banten.

Sedangkan pengaruh langsung antara Komunikasi Pemasaran Politik dalam hal ini variabel Imej terhadap seleksi calon pemimpin Gubernur Banten periode 2017-2022 di dalam PDIP Banten dengan nilai korelasi 0,46 (sedang), nilai t hitung 5,16 lebih besar di banding t tabel dan nilai F 26,64 lebih besar dibanding F tabel dan signifikan pada angka 0,00 yang menandakan bahwa hipotesis nol ditolak, artinya hipotesis alternatif diterima. Artinya ada pengaruh antara Imej terhadap seleksi calon pemimpin Gubernur Banten di tubuh partai PDI-P Provinsi Banten. Ini mengisyaratkan bahwa faktor imej yang terdiri dari kepercayaan, keyakinan, kesan, pengalaman serta pengetahuan masih memiliki pengaruh sedang yang cukup mempengaruhi terhadap keyakinan kader partai yang diusung nantinya.

Pengaruh Komunikasi Pemasaran Politik dalam hal ini dimana Gagasan dan Imej hanya sebagai indikator yang dihitung besaran pengaruhnya terhadap seleksi calon pemimpin Gubernur Banten periode 2017-2022 di dalam PDIP Banten, didapatkan data dimana nilai korelasi 0,61 (kuat), nilai t hitung 4,9 lebih besar di banding t tabel dan nilai F 28,76 lebih besar dibanding F tabel dan signifikan pada angka 0,00 yang menandakan bahwa hipotesis nol ditolak, artinya hipotesis alternatif diterima. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara Komunikasi Pemasaran terhadap seleksi calon pemimpin Gubernur Banten di tubuh partai PDI-P Provinsi Banten. Ini mengisyaratkan bahwa dua faktor ini memiliki pengaruh terutama gagasan karena imej memiliki nilai negatif (lihat persamaan linear berganda).

Dengan melihat pada data diatas maka akan terbuka atau membentuk sebuah model komunikasi pemasaran politik pada seleksi calon pemimpin :

Model Komunikasi Pemasaran Politik Pada Penentuan Calon Gubernur

Penentuan model komunikasi pemasaran maka akan terbantu dari data :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,610 ^a	,372	,359	1,90025

a. Predictors: (Constant), x2, x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	207,700	2	103,850	28,760	,000 ^b
	Residual	350,260	97	3,611		
	Total	557,960	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

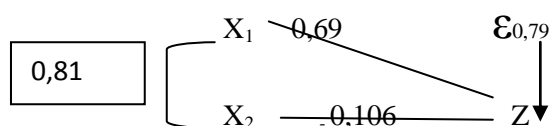
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

	(Constant)	3,192	1,982		1,611	,110
1	x1	,339	,069	,693	4,949	,000
	x2	-,142	,188	-,106	-,753	,453

a. Dependent Variable: y

$$Z = \rho_{x1z} + \rho_{x2z} + \rho_{x3z} + \varepsilon$$



Berdasarkan pada hasil perhitungan diatas maka terlihat dalam koefisien jalur antara X_1 dan X_2 adalah 0,69, -0,106 dimana dari keduanya terlihat hanya X_2 tidak signifikan (lihat tabel Coefficients). Sedangkan berdasarkan dari tabel Model Summary maka akan terlihat nilai dari R square adalah 0,37. Berdasarkan pada data diatas maka akan terlihat atau ditemukannya koefisien jalur ε adalah $P_z = 0,79$. Nilai p-Value pada kolom Sig juga jelas terlihat nilai dari variabel memiliki nilai dibawah 0,05 juga bila kita sandingkan dengan data dari nilai t-hitung dengan nilai t tabel akan diterima hipotesis nol nya, asalkan nilai t-hitung tersebut lebih kecil dibandingkan dengan t-tabel. Adapun nilai t-hitung pada variabel independen X_2 (Imej) ternyata nilainya dibawah nilai t-tabel (1,711). Dari dua pembuktian diatas maka Hipotesis nol ditolak untuk X_1 dan Hipotesis nol diterima untuk X_2 , artinya secara nyata bahwa hanya Gagasan yang memiliki pengaruh besar terhadap seleksi calon pemimpin yang akan diusung oleh PDIP-Banten. Koefisien determinasi dari data diatas adalah ketika Gagasan berdiri sendiri maka memiliki pengaruh sebesar 36,9%, sedangkan jika Imej berdiri sendiri maka memiliki pengaruh sebesar 21,4%. Sedangkan jika keduanya disatukan maka akan terjadi 37,2%.

PENUTUP

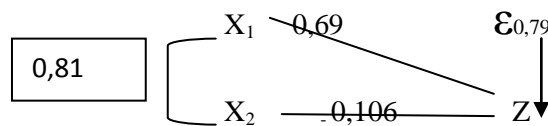
Melihat pada penjelasan diatas bahwa rata-rata pengaruh variabel rata-rata secara keseluruhan baik gagasan atau imej pada dasarnya memiliki pengaruh yang besar, akan tetapi posisi variabel Gagasan memiliki lebih besar dibandingkan dengan Imej. Artinya masyarakat atau dalam hal ini kader PDIP di Kabupaten Pandeglang dan Lebak lebih menitikberatkan pada indikator Gagasan dibandingkan dengan indikator-indikator Imej.

Gambaran pada perhitungan statistik terutama pada analisis regresi berdasarkan pada data yang didapatkan dalam perspektif kuantitatif tidak cukup untuk merubah paradigma partai yang terasumsikan sebagai bagian transaksional. Keputusan Dewan Partai pusat sangatlah menentukan. Faktor-faktor diluar komunikasi pemasaran politik ternyata memberikan pengaruh yang lebih besar dan sangat menentukan pada keputusan pencalonan. Genderang atau sinyalemen dukungan dari anggota di daerah, ternyata tidak berpengaruh besar karena kekuasaan mutlak untuk keputusan pencalonan ada di dewan pusat partai.

Keseluruhan data menunjukkan bahwa hipotesis menyiratkan pada bagaimana hipotesis alternatif diterima, artinya semua memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Model

komunikasi pemasaran politik terhadap seleksi calon gubernur di Banten pada partai PDI-P di Banten terlihat dalam sebuah persamaan model dibawah ini :

$$Z = \rho_{x_1z} + \rho_{x_2z} + \rho_{\epsilon z} + \epsilon$$



Saran

1. Dalam penelitian yang bersifat kuantitatif dan menyebarkan angket atau survey tentunya memiliki keterbatasan, sehingga harus menggali informasi yang lebih terutama dalam melakukan observasi dan wawancara mendalam sebagai alternatif tambahan dalam pendalaman data.
2. Politik adalah dinamis dalam prakteknya, sehingga mungkin saja dalam waktu dan kurun waktu yang singkat akan terjadi perubahan dan cara pandang untuk itu harus dilakukan survey kembali dengan cara dan metode yang lebih terstruktur. Perubahan ini tentunya berimplikasi kepada model yang ditemukan yang akan datang.
3. Penentuan model harus dapat dilakukan untuk semua kondisi partai baik di Banten ataupun seluruh partai di Indonesia dalam penentuan calon kepala daerah khususnya. Artinya harus ada penelitian dengan lingkup yang lebih luas dan menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Balnaves, Donald, Shoemsmith. 2009. *Media Theories & Approaches A Global Perspective*. UK : Palgrave Macmillan.
- Butler P. and Collins N. (1994) Political marketing: structure and process. *European Journal of Marketing*, vol. 28, no.1, pp. 19-34
- (1996) Strategic analysis in political markets. *European Journal of Marketing*, vol. 30, no.10-11, pp. 32-44
- (1999) A conceptual framework for political marketing. In Bruce I. Newman (ed.) *Handbook of political marketing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 55-72
- Grunig, James E. 1984. *Excellent in Public Relation and Communication Management*. Hillsdale. NJ: Lawrence Earlbaum, USA
- Kotler P. and Kotler N. (1999). Political marketing: generating effective candidates, campaigns, and causes. In Bruce I. Newman (ed.) *Handbook of political marketing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 3-18
- Lilleker, D. and J. Lees-Marshement (2005) (Eds.) *Political Marketing: A Comparative Perspective*, Manchester: Manchester University Press.
- Littlejohn, Stephen W. and Foss, Karen. 2008, *Theories of Human Communication*, Ninth edition, Thomson Learning Inc., Wadsworth, Belmont, USA.
- McQuail, Dennis, 2002. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Jakarta : PT. Erlangga.
- Miller, Katherine. 2005. *Communication Theories: Perspective, Process, and Context*. Boston: McGraw Hill

- Moloney, K. (2001) The Rise and Fall of Spin: Changes of Fashion in the Presentation of UK Parties, *Journal of Public Affairs*, Vol. 1, No, 2, pp. 124-135.
- Moore, Shaun (1993), *Interpreting Audiences : The Ethnography of Media Consumption*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Newman, B. and J. Sheth (1985) A Model of Primary Voter Behaviour, *Journal of Consumer Research*, Vol.12, No. 2, pp. 178-187.
- Patterson, P.G. (1993), Expectations and Product Performance as Determinants of Satisfaction for a High-Involvement Purchase, *Psychology and Marketing*, Vol. 10, No. 5, pp. 449-463
- O'Shaughnessy, N. (1990) *The Phenomenon of Political Marketing*, London: MacMillan.
- Rahmat, Jalaluddin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya.
- Scammell M. (1995) *Designer politics: how elections are won*. Basingstoke: Macmillan Press

KOMUNIKASI PUBLIK MELALUI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN KELUARGA DALAM PENANGANAN *HUMAN TRAFFICKING* DI KABUPATEN INDRAMAYU

SLAMET MULYANA¹ dan LEILI KURNIA GUSTINI²

¹ Program Studi Manajemen Komunikasi Fikom Unpad

² Program Studi Hubungan Masyarakat Politeknik LP3I Bandung

ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat dan keluarga merupakan bagian dari upaya penanganan *human trafficking* yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Indramayu. Upaya tersebut merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan gugus tugas anti *trafficking* dengan masyarakat sasaran yaitu keluarga buruh migran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi langkah-langkah komunikasi publik yang dilakukan gugus tugas anti *trafficking* di Indramayu mulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan sampai evaluasinya termasuk kendala-kendala yang dihadapi di lapangan.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Indramayu, yang merupakan wilayah dengan jumlah kasus *human trafficking* terbanyak di Jawa Barat bahkan di Indonesia. Metode yang digunakan adalah studi kasus sehingga bisa memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Subjek penelitian bersifat *multi sources*, dengan informan kunci sebanyak enam orang yang mewakili birokrat, budayawan, akademisi, dan tokoh masyarakat. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat dan keluarga mempertimbangkan kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat Indramayu sekaligus juga mempertimbangkan pembangunan sumberdaya manusia sesuai visi dan misi pemerintah Kabupaten Indramayu. Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat dan keluarga dilakukan melalui berbagai penyuluhan dan pelatihan dengan melibatkan partisipasi berbagai pihak seperti LSM, perguruan tinggi, pesantren, tokoh masyarakat, termasuk masyarakatnya sendiri. Evaluasi kegiatan dilakukan secara berkala dan berkesinambungan melalui monitoring oleh instansi terkait dan lembaga independen. Rekomendasi dari temuan lapangan menegaskan bahwa dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan keluarga diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih memperhatikan karakteristik kelompok sasaran, dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi wilayah di mana kelompok sasaran tersebut berada.

Kata Kunci: *Pemberdayaan masyarakat, pemberdayaan keluarga, human trafficking*

PENDAHULUAN

Kondisi dan perkembangan buruh migran perempuan di Indramayu sudah lama menjadi perhatian dan keprihatinan banyak pihak. Indramayu merupakan *sending area* (wilayah pengirim buruh migran) terbesar di Indonesia (Pusat Penelitian dan Pengembangan Informasi BNP2TKI, 2014). Kemiskinan merupakan faktor mendasar yang mendorong perempuan

menjadi buruh migran, diikuti dengan tingkat pendidikan yang rendah. Faktor kedua ini linier dengan faktor pertama, karena ada kecenderungan keluarga dengan kemampuan ekonomi rendah akan memprioritaskan pendidikan bagi anak laki-laki daripada anak perempuan.

Di Indramayu, tingkat melek huruf pada perempuan hanya sekitar 55.5% (UNDP, 2012), terpaut jauh dari tingkat melek huruf pada perempuan secara nasional yang berada pada angka 80.5%. Mencermati faktor ini, ditambah adanya kegagalan negara dalam menyediakan lapangan kerja di dalam negeri, maka jelas ketika dihadapkan pada permasalahan ekonomi, perempuan yang tidak memiliki *skill* dan bekal pendidikan, serta memiliki wawasan yang sangat minim seputar tindak kejahatan migrasi, akan dengan mudah terjebak dalam sindikat perdagangan manusia (*human trafficking*) atau penyelundupan orang (*smuggling*), meskipun selalu saja kedok yang ditawarkan adalah dapat bekerja di luar negeri dengan upah yang tinggi.

Upaya-upaya yang dilakukan pemerintah, termasuk pemerintah Kabupaten Indramayu, dalam menangani kasus *human trafficking* sudah dilakukan baik upaya yang bersifat *preemptif*, *preventif*, *kuratif*, maupun *rehabilitatif*. Upaya *preemptif* diarahkan untuk memperbaiki kondisi-kondisi makro yang secara langsung maupun tidak langsung menjadi faktor pendorong dan faktor penyebab terjadinya kasus *human trafficking*. Selain itu juga diarahkan untuk meningkatkan aksesibilitas, kesadaran, dan partisipasi masyarakat terhadap penanganan *human trafficking*. Upaya *preventif* diarahkan untuk mencegah terjadinya kasus *human trafficking* dengan membangun *supporting system* yang mampu memberikan peringatan dini terhadap kemungkinan terjadinya kasus *human trafficking*. Hal itu antara lain dilakukan dengan membangun jejaring dan kerjasama dengan aparaturnya penegak hukum, aparaturnya pemerintah, perguruan tinggi, dan berbagai Lembaga Swadaya Masyarakat.

Upaya *kuratif* diarahkan untuk menangani korban kasus *human trafficking*, dari mulai penjemputan, penampungan sementara, sampai pemulangan korban ke daerah asal. Selain itu juga dilakukan pemberian bantuan hukum dan pendampingan korban sampai masalahnya selesai. Upaya *rehabilitatif* diarahkan untuk pemulihan kondisi kesehatan fisik dan psikis bagi korban *human trafficking*; reintegrasi korban ke keluarganya atau lingkungan masyarakatnya; serta pemberdayaan ekonomi dan/atau pendidikan terhadap korban.

Salah satu upaya *preventif* penanganan *human trafficking* yang dilakukan pemerintah Kabupaten Indramayu adalah melakukan komunikasi publik yang dikoordinasikan oleh gugus tugas anti *human trafficking* terhadap keluarga dan masyarakat, terutama kelompok sasaran paling rentan yaitu perempuan. Upaya tersebut dilakukan dalam bentuk program pemberdayaan keluarga dan masyarakat dengan melibatkan berbagai *stakeholders* baik dari kalangan institusi pemerintah melalui dinas/instansi terkait, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, organisasi kemasyarakatan, maupun tokoh masyarakat. Penanganan *human trafficking* merupakan kegiatan yang bersifat komprehensif dan terintegrasi sehingga seluruh komponen masyarakat harus terlibat dan memainkan perannya secara optimal. Mengingat faktor penyebab *human trafficking* yang bersifat multifaktor, maka dalam upaya penanganan *human trafficking* haruslah ditujukan untuk mengatasi faktor penyebab tersebut dengan melakukan kegiatan yang implementatif dan langsung dirasakan manfaatnya.

Komunikasi publik dimaksudkan sebagai penyampaian pesan kepada sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. Informasi yang disampaikan dalam komunikasi publik benar-benar ditujukan untuk kepentingan publik (Muhammad, 2008: 19). Secara umum seperti dikemukakan Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, komunikasi mempunyai dua fungsi umum. Pertama, untuk

kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik dan meningkatkan kesadaran pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat. (Mulyana, 2002:41-42).

Sasaran awal dalam upaya komunikasi publik dalam penanganan *human trafficking* adalah pemberdayaan keluarga, setelah itu baru pemberdayaan masyarakat. Hal itu didasarkan pertimbangan bahwa keluarga merupakan unit kesatuan sosial terkecil yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam membina anggota-anggotanya. Setiap anggota dari suatu keluarga dituntut untuk mampu dan terampil dalam menanamkan peranan sesuai dengan kedudukannya. Pada dasarnya, keluarga dapat dibedakan menjadi dua yaitu keluarga inti (*nuclear family*) dan keluarga luas (*extended family*). Keluarga sebagai institusi primer merupakan tempat pertama dan utama bagi anak sebelum mengenal lingkungan luar. Hartoyo (1987) seperti yang dikutip dalam Ritonga, dkk (1996: 15) menyatakan bahwa dalam pengertian yang lebih luas, keluarga merupakan lembaga sosial yang terkecil dari masyarakat yang terdiri dari sekelompok manusia yang hidup bersama dengan adanya ikatan perkawinan, hubungan darah dan adopsi. Bila fungsi keluarga bisa menguat, diharapkan dapat mengatasi masalah *human trafficking*.

Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana komunikasi publik melalui pemberdayaan keluarga dan masyarakat dalam penanganan *human trafficking* di Kabupaten Indramayu?”. Tujuannya untuk mengidentifikasi dan menganalisis langkah-langkah komunikasi publik yang dilakukan gugus tugas anti *trafficking* di Indramayu mulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan sampai evaluasinya termasuk kendala-kendala yang dihadapi di lapangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan karena tujuan dari penelitian ini menghendaki adanya pembahasan yang holistik, sistemik, dan mengungkapkan makna dibalik fakta empiris mengenai komunikasi publik melalui pemberdayaan masyarakat dan keluarga penanganan *human trafficking*.

Metode studi kasus digunakan dengan mempertimbangkan relevansinya untuk menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti, yaitu langkah-langkah komunikasi publik dalam penanganan *human trafficking* di Kabupaten Indramayu. Dalam studi kasus, peneliti mempelajari sebanyak mungkin data mengenai seorang individu, kelompok atau suatu kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti (Mulyana, 2001: 201). Studi kasus merupakan penelitian yang mempelajari secara intensif atau mendalam satu anggota dari kelompok sasaran suatu subjek penelitian.

Pada penelitian ini yang menjadi narasumber atau *key informan* dan dipilih secara purposif adalah (1) Pimpinan organisasi perangkat daerah (OPD) di Kabupaten Indramayu, yang secara langsung menangani kegiatan penanganan *human trafficking*; (3) Pimpinan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) di Kabupaten Indramayu, yang menangani masalah *human trafficking*; (4) Peneliti masalah *human trafficking* di Kabupaten Indramayu; dan (5) Tokoh masyarakat Kabupaten Indramayu, yang diperkirakan mengetahui dan peduli terhadap masalah *human trafficking*.

Lokasi penelitian adalah Kabupaten Indramayu, yang ditetapkan secara purposif sebagai salah satu wilayah kasus terbanyak. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara dan

observasi langsung yang peneliti lakukan. Data kemudian dianalisis melalui tahap-tahap, seperti yang dikemukakan oleh Creswell (1998:63), yaitu: deskripsi, analisis tema, dan penonjolan. Selain itu juga, dilakukan peninjauan ulang dan penggunaan dokumentasi dengan menyandarkan pada konsep-konsep teoritis yang telah dijelaskan sebelumnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perencanaan komunikasi publik dalam penanganan *human trafficking* di Kabupaten Indramayu dilakukan dengan memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai faktor yang akan mempengaruhi kegiatan yang akan dilakukan. Faktor tersebut menyangkut kondisi-kondisi internal, yang antara lain berkaitan dengan visi dan misi Kabupaten Indramayu, aturan perundang-undangan yang relevan dengan masalah *human trafficking*, serta tugas pokok dan fungsi masing-masing satuan kerja perangkat daerah (SKPD) yang secara langsung maupun tidak langsung bersentuhan dengan masalah *human trafficking*.

Upaya penanganan dan penyelesaian masalah *human trafficking*, yang dilakukan Satgas *human trafficking*, sebagai bagian dari kegiatan pembangunan, harus sejalan dan mendukung upaya pencapaian visi dan misi. Visi kabupaten Indramayu adalah “Terwujudnya Masyarakat Indramayu yang Religius, Tangguh dan Sejahtera Dalam Suasana Kehidupan yang Aman, Tertib dan Damai serta Tataan Daerah yang Makmur, Lestari dan Mandiri” Visi tersebut terangkum dalam Slogan “Indramayu Remaja” (religius, maju, mandiri dan sejahtera).

“Apa yang kita lakukan, termasuk dalam human trafficking, itu harus sesuai dan mengacu kepada visi dan misi. Kegiatan penanganan human trafficking, juga termasuk bagaimana strateginya, kita lihat sesuai tidak dengan visi misi tersebut.”

“Saya rasa apa yang sudah dilakukan Satgas human trafficking di Indramayu sudah sejalan dengan visi Indramayu yaitu mandiri dan sejahtera. Upaya yang dilakukan memang agar masyarakat, termasuk korban human trafficking, agar bisa hidup mandiri dan meningkat kesejahteraannya.”

Visi “Indramayu Remaja” kemudian dijabarkan dalam tujuh misi, yang terangkum dalam slogan “Sapta Karya Mulih Harja”. Penyusunan strategi komunikasi publik, sebagai bagian dari upaya penanganan dan penyelesaian masalah *human trafficking* di Indramayu, merupakan salah satu upaya terutama untuk mewujudkan misi yang pertama, yaitu Pengembangan Sumber Daya Manusia. Pengembangan sumber daya manusia ditujukan untuk membangun masyarakat yang tangguh dan sejahtera. Adapun kriterianya meliputi integritas masyarakat, taraf pendidikan, derajat kesehatan, klasifikasi ketenagakerjaan serta tingkat pendapatan penduduk. Pengembangan sumberdaya manusia merupakan salah satu yang mendapatkan prioritas pertama dalam strategi makro pembangunan Indramayu.

Analisis kondisi internal dalam penyusunan strategi komunikasi publik juga harus memperhatikan aturan perundang-undangan yang relevan dengan masalah *human trafficking*, terutama menyangkut nilai-nilai yang terkandung di dalamnya sebagai landasan hukum. Norma-norma hukum tersebut di antaranya: Deklarasi Umum Hak Asasi Manusia PBB 1948; Konvensi Hak Anak 1989; Opsional Protokol Konvensi Hak Anak terhadap Penjualan Anak, Prostitusi Anak, dan Pornografi Anak; Konvensi ILO 182 Penanganan Bentuk-Bentuk Pekerjaan Terpuruk Anak; Protokol untuk Mencegah Memberantas dan Menghukum Perdagangan Manusia Terutama Anak yang Melengkapi Konvensi PBB untuk Melawan

Kejahatan Terorganisir antar Negara; Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak; Undang-Undang Republik Indonesia No, 21 Tahun 2007 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang; dan Peraturan Daerah Jawa Barat No. 3 Tahun 2008 tentang Pencegahan dan Penanganan Korban Perdagangan Orang di Jawa Barat.

Faktor kedua menyangkut kondisi-kondisi eksternal, yang antara lain berkaitan dengan kondisi ekonomi, budaya dan sosial sesuai dengan kondisi objektif masyarakat Indramayu. Kondisi-kondisi tersebut menyangkut tingkat kemiskinan masyarakat yang masih tinggi; budaya yang berkembang di masyarakat, seperti budaya luruh duit, budaya konsumtif, tradisi ngadongdot atau ngelanang; tingkat pendidikan yang masih rendah, serta usia perkawinan dini dan tingkat perceraian yang tinggi.

Human trafficking di Indramayu merupakan masalah yang sangat kompleks karena juga diperluas oleh faktor ekonomi dan sosial budaya. Kualitas hidup miskin di daerah pedesaan juga wilayah perkotaan dan desakan kuat untuk bergaya hidup materialistik membuat anak dan orang tua rentan dieksploitasi oleh pelaku *human trafficking*. Selain itu, *human trafficking* terjadi karena adanya diskriminasi gender; praktik budaya yang berkembang di masyarakat Indramayu seperti pernikahan dini, kawin siri, dan nilai keperawanan; konflik dan bencana alam; putus sekolah dan pandangan anak gadis tidak perlu pendidikan tinggi; serta keluarga yang tidak harmonis.

Selain faktor-faktor di atas, faktor budaya juga sangat dominan dan menjadi penyebab terjadinya *human trafficking*. Budaya telah menjadi sistem sosial tersendiri dalam masyarakat, kenyataan ini dapat dilihat dari posisi subordinasi perempuan dan anak, yang cenderung menyudutkan perempuan dan anak dalam berbagai kehidupan sosial, politik dan ekonomi. Nilai-nilai budaya yang berkembang dalam masyarakat banyak mengajarkan kepada mereka bahwa perempuan adalah makhluk yang berada di bawah laki-laki; perempuan dipandang seolah-oleh sebagai makhluk yang tidak berdaya dan sangat tergantung pada keberadaan laki-laki. Nilai-nilai budaya inilah yang menjadi faktor utama pelestarian tindak kejahatan *human trafficking*.

Berkaitan dengan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kasus *human trafficking* di Indramayu, Nurhayati sebagai Ketua PSW Universitas Wiralodra, secara lebih lugas mengatakan,

"Ada ketimpangan struktur sosial yang melatarbelakangi, yakni kemiskinan dan kebodohan. Di Indramayu, diperparah problem kultural. Masalahnya justru dari orang tua atau keluarga. Keluarga miskin terjangkit sindrom ingin cepat kaya, lalu anak perempuan jadi alatnya. Biasanya, atas nama balas budi ke orang tua. Harus ada perubahan mindset,"

Pemberdayaan Keluarga dan Masyarakat

Sesuai dengan amanat yang dinyatakan dalam Perda Indramayu No 14 tahun 2005 tentang Pencegahan dan Pelarangan Human trafficking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak (ESKA) bahwa salah satu upaya yang dilakukan dalam penanganan dan penyelesaian masalah *human trafficking* di Kabupaten Indramayu dilakukan melalui Program Pemberdayaan Keluarga dan Masyarakat. Program ini diarahkan agar keluarga dan masyarakat dapat untuk:

- Memberikan perlindungan terhadap anak dari tindakan *human trafficking* untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak

- Mampu melakukan pencegahan terhadap rekrutmen, penampungan serta transfer atau pengiriman tenaga kerja anak tanpa adanya keterangan jaminan yang jelas baik dari perseorangan, sekelompok orang ataupun perusahaan penyalur
- Menyadari akan suatu dampak negatif yang ditimbulkan dari *human trafficking* untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak
- Mengarahkan ketergantungan ekonomi keluarga dari hasil Eksploitasi Seksual Komersial Anak kepada sektor lainnya yang lebih manusiawi.

Berbagai kasus *human trafficking* menunjukkan bahwa perempuan dan anak yang menjadi korban *human trafficking* ataupun mereka yang berisiko, pada umumnya berasal dari keluarga miskin, kurang pendidikan, kurang informasi, dan berada pada kondisi sosial budaya yang kurang menguntungkan bagi perkembangan diri mereka. Peran keluarga, khususnya orangtua, menjadi sangat penting. Mereka harus tahu persis dengan siapa anaknya bergaul. Meskipun mungkin berkesan pandangan stereotip, tetapi para orangtua yang memiliki anak perempuan remaja apalagi memiliki wajah cantik harus pasang mata ekstra karena umumnya merekalah yang kerap menjadi incaran pelaku (calo/sponsor) *human trafficking*.

Kebijakan pencegahan *human trafficking* di Indramayu ditekankan pada upaya meningkatkan pendidikan dan perekonomian keluarga. Berkaitan dengan peran dan fungsi keluarga, kebijakan diarahkan pada penguatan kembali fungsi keluarga melalui nilai-nilai moral yang terkandung dalam delapan fungsi keluarga, seperti fungsi agama, sosial, budaya, ekonomi, pendidikan, reproduksi, perlindungan, dan cinta kasih.

Keluarga merupakan lingkungan pertama dan utama bagi anak untuk tumbuh sebagai makhluk sosial, sekaligus merupakan wahana pembentukan karakter. Mencermati fenomena *human trafficking*, terlihat bahwa permasalahan tersebut bersifat kompleks dan terkait dengan etika, moralitas dan spiritual, kesulitan ekonomi, ketenagakerjaan, pendidikan, sosial budaya dan lainnya. Bila fungsi keluarga bisa menguat, diharapkan dapat mengatasi masalah *human trafficking*.

Selain itu, peran serta masyarakat sangat dibutuhkan baik secara kelembagaan maupun perseorangan. Tokoh pendidik, tokoh agama, atau tokoh masyarakat lainnya, bersama-sama aparat pemerintah termasuk aparat penegak hukum, harus bahu-membahu menyadarkan para pihak yang berpotensi menimbulkan terjadinya tindak pidana *human trafficking*. Masyarakat harus mengingatkan agar mereka tidak mudah tertipu dengan bujuk rayu dan iming-iming kehidupan mudah atau mewah tanpa pekerjaan yang jelas, karena sesungguhnya hal tersebut akan menjerumuskan anak-anak, khususnya anak perempuan mereka. Masyarakat dan lingkungan sekitar harus turut pasang mata dan menjaga si anak sehingga terhindar dari praktik *human trafficking*.

Peran serta masyarakat, seperti disebutkan dalam Perda Indramayu No 14 tahun 2005 tentang Pencegahan dan Pelarangan *Human Trafficking* untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak (ESKA) pada Bagian Kedua pasal 6 dan 7 mencakup:

- *Pasal 6: Setiap orang, kelompok, organisasi politik, organisasi masyarakat, lembaga swadaya masyarakat atau lembaga kemasyarakatan lainnya, perguruan tinggi, lembaga studi, baik sendiri-sendiri maupun bekerjasama dengan Satuan Tugas Anti Human trafficking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak dapat melakukan penelitian, pendidikan, dan penyebaran informasi mengenai human trafficking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak.*

- *Pasal 7: ayat (1) Setiap orang, kelompok, organisasi politik, organisasi masyarakat, lembaga swadaya masyarakat atau lembaga kemasyarakatan lainnya, wajib berpartisipasi dalam pencegahan human trafficking dan Eksploitasi Seksual Komersial Anak; ayat (2) Setiap orang, kelompok, organisasi politik, organisasi masyarakat, lembaga swadaya masyarakat atau lembaga kemasyarakatan lainnya, berhak menyampaikan laporan atas terjadinya human trafficking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak kepada Tim Satuan Tugas Anti Human trafficking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak, ataupun kepada Kepolisian terdekat dalam rangka pencegahan human trafficking untuk Eksploitasi Seksual Komersial Anak.*

Selain LSM/Ormas yang berada di wilayah Indramayu, kegiatan penanganan *human trafficking* juga dilakukan beberapa LSM/Ormas yang berasal dari luar Indramayu. Mereka antara lain Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Institut Perempuan, Fatayat Nahdatul Ulama, Jaringan Perempuan, *Migrant Care*, dan Solidaritas Perempuan.

Peran serta masyarakat secara aktif dalam menanggulangi terjadinya *human trafficking* akan membuat para calo/sponsor berpikir dua kali untuk melakukan rekrutmen atau penjarangan calon tenaga kerja. Kesadaran masyarakat merupakan modal awal dalam upaya penanggulangan *human trafficking* tersebut.

Berdasarkan data dari Kantor Dinsosnaker Kabupaten Indramayu 2012 dapat dijelaskan bahwa ada beberapa LSM/Ormas yang melakukan aktivitas untuk menangani korban *human trafficking*. Paling ada 9 LSM/Ormas yang tercatat di Kantor Dinsosnaker dengan aktivitas utama adalah penanganan *human trafficking* dan buruh migran. Mereka tersebar di beberapa kecamatan, terutama di kecamatan dengan jumlah kasus yang relatif tinggi, seperti di Kecamatan Sliyeg di wilayah Timur dan Kecamatan Bongas di wilayah Barat. Kegiatan yang dilakukan mereka tidak hanya menangani korban, tetapi juga melakukan berbagai kegiatan penanganan *human trafficking* yang lain, terutama kegiatan sosialisasi dalam bentuk penyuluhan atau pelatihan.

"Selain meningkatkan fungsi keluarga, harus dilakukan upaya pemberdayaan dan penyadaran kepada masyarakat mengenai nilai-nilai keagamaan, moral, kemanusiaan, dan kehidupan"

Berkaitan dengan upaya pencegahan dan penanganan *human trafficking*, pendidikan komunitas memegang peran yang penting. Melalui kegiatan ini, informasi mengenai *human trafficking* dapat meluas, sehingga usaha pencegahan dan penanganan *human trafficking* yang dilakukan akan semakin efektif. Penyelenggaraan pendidikan komunitas harus melihat konteks lokal dari daerah serta memanfaatkan potensi lokal di daerah tersebut.

Pemerintah Daerah Kabupaten Indramayu menjadikan pendidikan sebagai program kegiatan yang menonjol dalam penghapusan *human trafficking*. Sejalan dengan visi dan misi pemerintah daerah, pendidikan merupakan salah satu prioritas untuk melaksanakan misi mengembangkan sumber daya manusia. Hal ini untuk menjawab empat tantangan pendidikan, sebagaimana data dari BPS Indramayu (2007: 3) yang ditandai dengan masih rendahnya:

- Pemerataan memperoleh pendidikan,
- Kualitas dan relevansi pendidikan,

- Manajemen pendidikan, dan
- Efektivitas penyelenggaraan pendidikan.

Salah satu upaya dalam meningkatkan pendidikan masyarakat di Kabupaten Indramayu, dilakukan oleh Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) atas dukungan ILO bekerjasama dengan beberapa LSM local, dalam Program *Prevention of Child Trafficking for Labor and Sexual Exploitation*. Menurut *Action Program Summary Outline*, tujuan dari program ini adalah:

- Memperbaiki kualitas pendidikan dari tingkat Sekolah Dasar sampai Sekolah Menengah Atas untuk memperluas angka partisipasi anak laki-laki dan anak perempuan di dua kecamatan;
- Mendukung keberlanjutan pendidikan dasar untuk anak perempuan setelah lulus sekolah dasar;
- Menyediakan pelatihan keterampilan dasar untuk memfasilitasi kenaikan penghasilan;
- Menyediakan pelatihan kewirausahaan dan akses ke kredit keuangan untuk memfasilitasi usaha sendiri;
- Mengubah sikap dan pola pikir keluarga dan masyarakat terhadap masalah human trafficking anak.

Inti program ini adalah untuk mencegah anak-anak perempuan dilacurkan, dengan melakukan upaya-upaya:

- Peningkatan partisipasi pendidikan anak-anak baik formal maupun non formal,
- Pemberian peluang kerja, dan
- Penyadaran masyarakat untuk mencegah perdagangan anak untuk pelacuran.

Program peningkatan pendidikan dilakukan di tengah-tengah masyarakat, sesuai dengan konsep *programme base community*. Kegiatan-kegiatan program yang dilakukan antara lain:

- Sanggar belajar dan tempat pendampingan bagi anak dan masyarakat.
- *Catch-up Education (CE)*, yaitu kegiatan persiapan masuk kembali sekolah bagi anak-anak yang telah putus sekolah maupun mereka yang rawan putus sekolah, baik di SD maupun SLTP.
- Program beasiswa untuk anak-anak peserta CE. Penyelenggaraan Pendidikan SMP Terbuka. Program ini bekerjasama dengan SMP induk.
- Perpustakaan Keliling juga untuk meningkatkan minat baca anak dari Bank Niaga menyediakan buku-buku pelajaran dan bacaan untuk anak-anak SD dan SLTP. Layanan dilaksanakan pada hari Senin s.d. Kamis pada jam sekolah.
- Pelatihan keterampilan kerja di bidang garmen bekerjasama dengan *International Garment Training Center (IGTC)* di Bogor. Alumni dari program ini disalurkan ke perusahaan garmen.
- Pelatihan guru SD dan SLTP untuk meningkatkan sensitivitas dan responsivitas mereka terhadap masalah *human trafficking* dengan meningkatkan kemampuannya dalam melaksanakan tugas-tugas mendidik dan mengajar.

- Radio Komunitas yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi pendidikan untuk penyadaran masyarakat. Isi acara adalah 60% pendidikan dan 40% hiburan. Radio ini dikelola oleh Sanggar dengan para penyiarinya adalah warga setempat dan anak-anak binaan.

Evaluasi kegiatan komunikasi publik melalui pemberdayaan keluarga dan masyarakat dalam penanganan *human trafficking* di Kabupaten Indramayu dilakukan secara periodik dan berkesinambungan. Kegiatan evaluasi melibatkan keseluruhan *stakeholders* yang terlibat dalam upaya penanganan *human trafficking*, baik dari kalangan pemerintah, organisasi swasta seperti LSM/Ormas, perguruan tinggi, dan tokoh masyarakat

Berdasarkan hasil evaluasi diperoleh masukan-masukan untuk pelaksanaan kegiatan di tahap berikutnya. *Pertama*, pertimbangan menyangkut kondisi-kondisi internal dan eksternal terkait dengan penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi kebijakan penghapusan *human trafficking* selanjutnya dilakukan dengan lebih komprehensif, dengan mempertimbangkan masukan-masukan dari berbagai pihak seperti kalangan perguruan tinggi, tokoh-tokoh masyarakat, maupun LSM/Ormas yang memiliki kepedulian terhadap masalah *human trafficking*.

Kedua, nomenklatur kelembagaan ini sering kali menimbulkan “permasalahan” dalam pelaksanaan kegiatan di lapangan. Oleh karenanya, perlu kejelasan tugas dan tanggung jawab dari SKPD yang secara langsung menangani dan atau berkaitan dengan masalah *human trafficking*. *Ketiga*, Penggunaan media komunikasi dan pendekatan komunikasi publik selanjutnya lebih memperhatikan karakteristik kelompok sasaran, dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi wilayah di mana kelompok sasaran tersebut berada.

Temuan-temuan lapangan dalam penelitian ini, seperti sudah dipaparkan pada bagian sebelumnya, menunjukkan bahwa masalah *human trafficking* di Indramayu merupakan masalah yang kronis dan sangat kompleks. Dalam menangani dan menyelesaikan masalah *human trafficking*, Pemerintah daerah kabupaten Indramayu sudah mempertimbangkan berbagai kondisi, baik kondisi internal maupun kondisi eksternal, termasuk dalam sosialisasi kebijakan penanganan *human trafficking*.

Domain penanganan *human trafficking* di Indonesia, di Jawa Barat maupun di Indramayu adalah hapusnya *human trafficking* perempuan dan anak, yang ditandai dengan terwujudnya 4 (empat) kondisi yaitu Adanya norma hukum dan tindakan hukum terhadap pelaku *human trafficking*, Terlaksananya rehabilitasi dan reintegrasi sosial terhadap korban *human trafficking*, Terlaksananya pencegahan segala bentuk *human trafficking*, dan Terciptanya kerjasama dan koordinasi dalam penanganan *human trafficking* perempuan dan anak antar instansi, di tingkat nasional, daerah, dan internasional.

Sosialisasi penanganan *human trafficking* merupakan bagian dari kebijakan menyeluruh, kebijakan publik, pemerintah daerah dalam upaya menangani dan menyelesaikan masalah *human trafficking* di Indramayu. Suatu kebijakan publik, seperti dikatakan Putra (2001: 16), merupakan sesuatu yang dinamis dan kompleks; bukan sesuatu yang kaku dan hanya didominasi oleh para pemegang kekuasaan formal. Oleh karenanya, kebijakan publik harus dikembalikan pada makna demokratisnya yaitu kebijakan yang berasal dari, oleh, dan untuk publik (rakyat).

Di sisi lain, penanganan *human trafficking* merupakan kegiatan yang bersifat komprehensif dan terintegrasi sehingga seluruh komponen masyarakat harus terlibat dan memainkan perannya secara optimal. Mengingat faktor penyebab *human trafficking* yang

bersifat multifaktor, maka dalam upaya penanganan *human trafficking* haruslah ditujukan untuk mengatasi faktor penyebab tersebut dengan melakukan kegiatan yang implementatif dan langsung dirasakan manfaatnya.

Komunikasi publik, yang berlangsung antara pribadi orang per orang maupun melalui media, memungkinkan seseorang mempelajari norma-norma yang terjadi di masyarakatnya. Berger dan Luckmann (1975: 46) menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan, dan lingkungan sosial yang dimiliki masing-masing individu. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataannya semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi.

Komunikasi publik yang intensif, yang dilaksanakan terus-menerus dan berkesinambungan, dalam penanganan *human trafficking* di Indramayu diharapkan akan memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang bahaya *human trafficking*. Kegiatan yang dimulai dari membangun kesadaran di lingkungan keluarga memungkinkan setiap anggota keluarga, khususnya kelompok rentan yaitu anak-anak dan perempuan, memahami berbagai hal yang terkait dengan bahaya *human trafficking* sedini mungkin.

PENUTUP

Penyusunan strategi komunikasi publik dalam penanganan *human trafficking* di Kabupaten Indramayu sudah sejalan dan mendukung upaya pencapaian visi dan misi. Visi kabupaten Indramayu adalah “Terwujudnya Masyarakat Indramayu yang Religius, Tangguh dan Sejahtera Dalam Suasana Kehidupan yang Aman, Tertib dan Damai serta Tataan Daerah yang Makmur, Lestari dan Mandiri”, terangkum dalam Slogan “Indramayu Remaja” (religius, maju, mandiri dan sejahtera). Penyusunannya juga merujuk pada aturan perundang-undangan yang relevan dengan masalah *human trafficking*, terutama menyangkut norma-norma hukum dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya sebagai landasan hukum.

Secara eksternal, penyusunan strategi komunikasi publik dalam penanganan *human trafficking* juga mempertimbangkan kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat Indramayu. Hal-hal yang dipertimbangkan menyangkut tingkat kemiskinan yang tinggi; budaya konsumtif dan memandang perempuan sebagai asset yang menguntungkan; tingkat pendidikan khususnya perempuan yang masih rendah; serta perkawinan usia muda yang akhirnya menyebabkan angka perceraian yang tinggi.

Upaya penanganan *human trafficking* melalui pemberdayaan keluarga dan masyarakat di Indramayu ditekankan pada upaya meningkatkan pendidikan dan perekonomian keluarga. Berkaitan dengan peran dan fungsi keluarga, kebijakan diarahkan pada penguatan kembali fungsi keluarga melalui nilai-nilai moral yang terkandung dalam delapan fungsi keluarga, seperti fungsi agama, sosial, budaya, ekonomi, pendidikan, reproduksi, perlindungan, dan cinta kasih. Selain itu, upaya pencegahan dan penanganan *human trafficking* juga dilakukan melalui pendidikan komunitas. Melalui kegiatan ini, informasi mengenai *human trafficking* dapat meluas, sehingga usaha pencegahan dan penanganan *human trafficking* yang dilakukan akan semakin efektif. Penyelenggaraan pendidikan komunitas harus melihat konteks lokal dari daerah serta memanfaatkan potensi lokal di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Creswell, John W., (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. New York: Sage Publications Inc. USA
- Isbandi, Rukminto Adi. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat dan Partisipasi Masyarakat. Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Maxwell, Joseph A. (1996). *Qualitative Research Design: An Introduction Approach*. London: Sage Publication.
- Muhammad, Arni. (2008). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara,
- Mulyana, Deddy. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Poloma, Margaret M., 2000. *Sosiologi Kontemporer (terj.)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ritzer, George dan Douglas J Goodman. 2009. *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Soekanto, Soerjono. 1997. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Edisi ke-4. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 1978. *Ekonomi Pembangunan; Proses, Masalah dan Kebijakan*. Yogyakarta: Petaling Jaya
- Susilaningsih dan Agus M. Nadjib, 2004. *Kesetaraan Gender di Perguruan Tinggi Islam*.

Sumber Lain

- Badan Pusat Statistika Kabupaten Indramayu, 2014. *Indramayu Dalam Angka Tahun 2014*
- Badan Pusat Statistika Provinsi Jawa Barat, 2014. *Jawa Barat Dalam Angka 2014*
- Darwin, Muhajir, dkk. 2003. *(Living on the Edges) Cross-Border Migration, Trafficking and Sexuality: Case Studies from Southeast Asia*.
- Imam Rosadi. 2010. "Konsekuensi Migrasi Internasional terhadap Relasi Gender (Studi tentang buruh migran internasional yang pulang dari bekerja di luar negeri di Kecamatan Juntinyuat, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat)". Disertasi Universitas Indonesia.
- Nurul Herawati. 2010. *Perlindungan dan Pemenuhan Hak-hak Ekonomi Buruh Migran Perempuan*.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Informasi/Puslitfo BNP2TKI, 2012. *Laporan Tahunan Kondisi dan Perkembangan Pekerja Migran*.
- Rizqika Tri Utami dan Sukamdi (2011) yang berjudul "Pengambilan Keputusan Bermigrasi Pekerja Migran Perempuan (Kasus di Desa Jangkar, Kecamatan Temon Kabupaten Kulon Progo)
- Tim Organisasi Perburuhan Internasional (ILO). 2006 "Bergantung pada Tali Rapuh" Studi tentang Situasi Rentan Yang Dihadapi Buruh migran Perempuan dari Kabupaten Sumenep-Madura, Malang, dan Bojonegoro, Jawa Timur.
- Feminis Standpoint, 19 November 2012
- www.indramayu.go.id, diunduh 15 September 2013

DRAMATURGIS KOMUNIKASI POLITIK PERSATUAN ISLAM (PERSIS)

IWAN KOSWARA¹, ILHAM GEMIHARTO²

FIKOM UNPAD

(alamat)

¹iwankoswara17@gmail.com

ABSTRAK

Fenomena menarik tentang situasi perpolitikan di Indonesia, berimbas terhadap lahirnya partai-partai politik. tidak terkecuali Partai-Partai Politik yang berlatar belakang keagamaan khususnya Partai Politik Islam, seperti PKB dan PKS. Salah satu organisasi keagamaan yaitu Persatuan Islam (PERSIS), yang menyalurkan aspirasi politiknya melalui Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Tentunya Sebagai ormas keagamaan, yang berdiri dalam dua sisi Agama dan Politik, kehadirannya dalam kancah politik tentu telah memunculkan bagaimana Persis memainkan kinerja komunikasi politiknya. Berdasarkan fenomena inilah penulis tertarik untuk mengkaji masalah tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui; 1). Bagaimana komunikasi politik yang dijalankan anggota jamaah persatuan islam dalam memainkan peran politiknya. 2) Bagaimana strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh anggota (jamaah) persatuan islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan deskriptif, analisis kajian didasarkan pada reduksi data, menyajikan data serta menyimpulkan data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa melalui manuver komunikasi politik yang dilakukannya jamaah persatuan islam telah menunjukkan eksistensinya sebagai politisi yang handal dalam kancah politik.

Kata Kunci : *Dramaturgis, Komunikasi Politik, Persatuan Islam*

PENDAHULUAN

Persatuan Islam (Persis) adalah sebuah organisasi keagamaan, secara resmi Persis didirikan pada hari rabu tanggal 12 september 1923 di Bandung. Dengan demikian sebagai organisasi formal yang berdiri secara resmi, maka persis telah merupakan wadah organisasi dari umat Islam. Persis berusaha sekuat tenaga untuk mencapai harapan dan cita-cita yang sesuai dengan kehendak organisasi yaitu : Persatuan Pemikiran Islam, Persatuan rasa Islam, Persatuan usaha Islam, dan Persatuan suara Islam. Bertitik tolak dari hal itulah maka organisasi (*jam'iyah*) itu dinamakan "Persatuan Islam". (Kamiludin, 2006 : 66).

Seiring perjalanan waktu, Persatuan Islam mengikrarkan diri sebagai sebuah organisasi independen, dan berfokus pada aspek keagamaan, dan tidak ikut campur dalam kancah politik. Di zaman orde lama maupun orde baru, konsistensi keagamaan adalah fokusnya. Persis tidak berpihak kepada organisasi atau partai-partai politik bentukan pemerintah pada waktu itu baik secara individu maupun secara legal formal organisasi Badri, (2002 : 67) dalam Turmudi (2014 : 2).

Setelah lama mengasingkan diri dari percaturan politik praktis, Persatuan Islam mulai memberikan respon ketika rezim orde baru runtuh digantikan dengan orde reformasi. Sejak lahirnya reformasi tahun 1998, kepekaan politik Persatuan Islam mulai terbangun. Hal ini

sejalan dengan era demokratisasi dan keterbukaan (Mufti, 2000 : 9). Terbukanya peluang ini Persatuan Islam mendapatkan angin segar untuk mengekspresikan aspirasi politiknya yang selama masa orde baru, terpasung dan tersumbat oleh budaya politik tertutup dan otoriter.

Seiring perjalanan waktu, ada kecenderungan bahwa jamaah persatuan islam merasa kecewa atas perilaku para elit partai politik, khususnya para wakil rakyat anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Fenomena pemilihan umum presiden, serta berbagai pemilihan umum kepala daerah (Pilkada) mengisyaratkan bagaimana ekspresi dan aspirasi politik yang bergeliat dari organisasi keagamaan ini (Persis), dimana aspirasi politik persatuan islam ini disalurkan ke dalam partai politik, yaitu Partai Bulan Bintang (PBB), namun demikian perjalanan politik persatuan islam, berubah haluan, sejalan dengan runtuhnya Partai Bulan Bintang, dan aspirasi persatuan islam sekarang tersalurkan lewat partai lain yang dikenal Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Turmudi (2014 : 3)

Keberadaan partai politik dalam negara dianggap sebagai salah satu institusi demokrasi, karena fungsi parpol adalah (1). Menyerap dan mengartikulasikan aspirasi dan kepentingan rakyat, (2) sarana sosialisasi dan komunikasi politik, (3). Media penyaluran perbedaan pendapat yang terjadi di masyarakat, maka partai politik yang kuat menjadi faktor penting dalam kehidupan berbangsa. Sutrisno (2011: 18). Terkait dengan pernyataan tersebut PKS sebagai salah satu parpol besar, dimana diantara anggotanya merupakan jamaah persatuan islam. Tentunya keberadaan jamaah persatuan islam dalam partai politik tersebut, akan memainkan dua peran penting yaitu sebagai seorang pendakwah (da'i), juga sebagai politikus. Oleh karenanya penulis ingin mengkaji sejauhmana dinamika komunikasi politik jamaah Persatuan Islam, dalam memainkan perannya sebagai Da'i namun juga sekaligus berperan sebagai Politikus. Oleh karena itu, ada beberapa tujuan penelitian yang ingin dicapai yakni : 1). Bagaimana komunikasi politik yang dilakukan anggota (jamaah) Persatuan Islam dalam memainkan peran politiknya. 2) Bagaimana strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh anggota (jamaah) persatuan islam.

KERANGKA KONSEPTUAL

Dalam pembahasan tentang Dramaturgis Komunikasi Politik Persatuan Islam, ada beberapa konsep penting sebagai landasan konseptual/teori yang dipakai. Yang pertama berkaitan dengan Teori Dramaturgis, dan kedua adalah mengenai konsep Komunikasi Politik.

Dramaturgis merupakan teori yang dikembangkan oleh Erving Goffman, Dia melihat banyak kesamaan antara pementasan teater dengan berbagai jenis peran yang kita mainkan dalam interaksi dan tindakan sehari-hari. Ada empat hal yang dibahas tentang aspek dramaturgis ini yaitu : presentasi diri, panggung depan, panggung belakang, dan penggunaan tim dan interaksi sebagai ritual. Dijelaskan bahwa setiap orang selalu berusaha menampilkan diri. Orang menampilkan diri berdasarkan prinsip-prinsip pertunjukkan teater yang bersifat dramaturgis. Ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain, yang disebut pengelolaan kesan. Mengelola kesan dilakukan melalui teknik-teknik tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. (Turmudi, 2014 : 43)

Dalam perspektif dramaturgis seseorang yang sedang berinteraksi layaknya seseorang yang sedang bermain peran, permainan peran itu disebut presentasi diri. Presentasi diri, seperti yang ditunjukkan Goffman, bertujuan memproduksi definisi situasi dan identitas

sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Para aktor memanipulasi pesan dan perilaku secara dramatis agar orang percaya, salut dan terkesima terhadapnya. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai pengelolaan kesan (*impression management*), yakni teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Memang segala sesuatu yang terbuka mengenai diri kita sendiri dapat digunakan untuk memberi tahu orang lain siapa kita. Kita mengelola informasi, dan informasi yang diberikan kepada orang lain. Kita mengendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan, supaya orang lain memandang kita sebagai orang yang ingin kita tunjukkan. Dalam pandangan dramaturgis, interaksi dan kehidupan manusia ibarat teater. Suatu pertunjukkan di atas panggung yang menampilkan peran-peran yang dimainkan oleh para aktor. Kehidupan sosial menurut Goffman terbagi atas wilayah depan (*front region*) dan wilayah belakang (*back region*). Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti sedang memainkan suatu peran di atas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sebaliknya, wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara yang ditonton khalayak penonton, sedangkan wilayah belakang (*back stage*) kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan (Mulyana, 2003 : 114).

Di semua interaksi sosial terdapat semacam bagian depan (*front region*) yang ada persamaannya dengan pertunjukkan teater. Di bagian belakang (*back region*), yakni tempat yang memungkinkan aktor mundur guna menyiapkan diri untuk pertunjukkan berikutnya. Goffman menemukan kiasan cemerlang di dalam pertunjukkan teater ini yang dapat digunakan untuk memahami proses sosial. (Ritzer dan Goodman, 2010 : 94). Karena itulah, panggung depan adalah bagian penampilan individu secara teratur berfungsi sebagai metode umum untuk tampil di depan publik sebagai sosok yang ideal. Sedangkan panggung belakang, merupakan rahasia yang tidak dapat dilihat di atas permukaan. Dalam hal ini tidak mustahil bahwa tradisi dan karakter pelaku sangat berbeda dengan apa yang dipentaskan di depan umum. Dengan demikian, ada kesenjangan peranan maupun keterikatan peranan Supardan, (2009 : 158) dalam Turmudi (2014 : 48).

Komunikasi Politik. Merupakan suatu sistem yang mendasar dengan konsekuensi yang banyak untuk pemeliharaan ataupun perubahan dalam kebudayaan kebudayaan politik dan struktur politik. Seseorang tentunya dapat mengasumsikan bahwa semua perubahan penting dalam sistem politik akan menyangkut perubahan dalam pola komunikasi, baik sebagai penyebab maupun sebagai akibat. Almond dan Powell dalam Nasution (1990 : 24). Menurut Kantaprawira (2004 : 61). Bahwa komunikasi politik gunanya untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran antar golongan, institusi, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor pemerintahan. Melalui komunikasilah pikiran politik dapat dipertemukan, karena pada hakekatnya segala pikiran itu harus ada yang menyampaikannya, melalui pesan, dan akhirnya ada yang menerima atau menanggapi. Komunikasi politik lebih lazim didefinisikan sebagai suatu proses linier atau suatu sistem. Pendekatan linier berorientasi pada efek atau pengaruh pesan politik, sedangkan pendekatan sistem berorientasi pada kestabilan atau kesinambungan suatu sistem

politik. (Mulyana, 2013 : 4). Pendapat lain mengenai komunikasi politik dikemukakan oleh Soemarno (2002 : 15). Bahwa komunikasi politik sebagai suatu proses dan kegiatan-kegiatan membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi ke dalam suatu sistem politik dengan menggunakan seperangkat simbol-simbol yang berarti. Pengertian tersebut menunjukkan kepada sikap dan perilaku seluruh individu yang berada dalam lingkup sistem politik, sistem pemerintahan atau sistem nilai, baik sebagai pemegang kekuasaan maupun sebagai masyarakat, agar terwujud jalinan komunikasi antar penguasa dengan masyarakat yang mengarah kepada kesamaan makna. Dalam Turmudi (2014 : 54-55).

METODE PENELITIAN

Mulyana (2003 : 145) menyatakan bahwa metodologi penelitian adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji sebuah topik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Creswell (2002 : 1), Penelitian kualitatif merupakan proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan penggambaran holistik atas masalah tersebut yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan dengan terperinci sesuai sudut pandang informan, dan disusun dalam latar ilmiah. Istilah deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada dapat berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. Paramita (2015), Penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Pembicaraan yang sebenarnya, isyarat dan tindakan sosial lainnya adalah bahan-bahan mentah yang digunakan untuk analisis kualitatif. Penelitian sosial dengan pendekatan kualitatif memiliki relasi dengan analisis data visual dan data verbal yang merefleksikan pengalaman sehari-hari. Ciri lain penelitian ini adalah titik beratnya pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistik setting*). Penelitian ini juga bukan menjabarkan (*analitis*), tetapi juga memadukan (*sintetis*). Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organisasi. Salah satu kegunaan penelitian ini adalah sangat berguna dalam melahirkan atau menciptakan teori-teori tentatif. Barangkali disinilah letak perbedaan mendasar metode deskriptif kualitatif dibandingkan metode lainnya. Metode deskriptif tidak menguji teori, melainkan mencari teori. Seringkali penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis yang dapat menjelaskannya. Penelitian deskriptif kualitatif memerlukan kualifikasi-kualifikasi yang memadai. Pertama, peneliti harus memiliki sifat *reseptif*. Ia harus selalu mencari, bukan menguji, Kedua, ia harus memiliki kekuatan *integratif*, kekuatan untuk memadukan berbagai macam informasi yang diterimanya menjadi satu kesatuan penafsiran yang tepat. Jadi penelitian deskriptif kualitatif ini bukan saja menjabarkan, tetapi juga memadukan. Bukan saja klasifikasi, tetapi juga organisasi, maksudnya data tersebut tidak hanya dipaparkan secara gamblang namun dipadukan disangkutpautkan dengan data lain yang berhubungan sehingga menjadi suatu temuan lapangan yang dapat menggambarkan secara jelas fenomena yang diteliti. (Nugraha dan Romli, 2012 : 12). Teknik pengumpulan data, dilakukan melalui wawancara dengan nara sumber, juga melalui pendekatan studi literatur, menelusuri berbagai sumber bacaan seperti dari media massa, buku, serta jurnal. Analisis kajian didasarkan pada reduksi data, menyajikan data serta menyimpulkan data penelitian. Berdasarkan data yang didapatkan

ini yang akan menjadi pisau analisis penulis dalam mengkaji mengenai Dramaturgis Komunikasi Politik Persatuan Islam (Persis).

PEMBAHASAN

Dinamika politik dari waktu ke waktu terus berkembang. Perkembangan dan perubahan politik yang terjadi telah mendorong hadirnya partai-partai politik yang bermain dalam tataran politik Indonesia ini, diantaranya ormas-ormas keagamaan, dan salah satunya adalah ormas keagamaan Persatuan Islam (PERSIS), yang menyalurkan aspirasi politiknya melalui Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Sebagai ormas keagamaan, yang berdiri dalam dua sisi Agama dan Politik, kehadirannya dalam kancah politik tentu telah memunculkan bagaimana Persis memainkan kinerja komunikasi politiknya. Menjadi politikus akan memberikan implikasi dalam kehidupan jamaah persatuan islam. Setelah jamaah persatuan islam menjadi politikus tentu akan terjadi pandangan atau penilaian yang berubah dari masyarakat terhadap dirinya dan ini akan memberikan penilaian pada pribadi jamaah persatuan islam itu sendiri ; dimana di satu sisi sebagai jamaah (pendakwah) di sisi lain sebagai politikus, tentunya hal tersebut akan mempengaruhi pencitraan dirinya.

Sebagai aktor sosial, jamaah persatuan islam tentu selalu berkomunikasi dengan khlayaknya, dan bersikap berdasarkan pemaknaannya terhadap penilaian orang lain terhadap dirinya. Status politikus yang disandang jamaah persatuan islam, tentu akan menimbulkan pandangan dan penilaian terhadap dirinya. Jamaah persatuan islam bertindak sebagai aktor pertunjukkan. Penampilan pertunjukkan mereka ditunjang oleh kehadiran team yang mendukung penampilannya. Ketika jamaah persatuan islam yang berkiprah di politik diamati, dan bagaimana mereka melakukan manufer politik, maka manufer politik merupakan salah satu bentuk pertunjukkan bagi orang lain. Meskipun kesan pelaku terhadap pertunjukkan bisa berbeda-beda, mereka berusaha melakukannya sebaik mungkin, yang dapat mereka lakukan demi menimbulkan kesan yang diharapkan. Goffman, membagi dua wilayah pertunjukkan yaitu; panggung depan dan panggung belakang. Panggung depan merupakan penampilan individu yang secara teratur (*routine*) berfungsi di dalam model yang umum dan tetap untuk mendefinisikan situasi bagi penampilan mereka. Sedangkan panggung belakang merupakan wilayah yang sangat pribadi. Sedapat mungkin ditutupi dan tidak boleh diketahui orang lain. Karena itu, penampilan diri lebih merupakan manajemen kesan (*impression management*). Ia merupakan dramatisasi (sandiwara).

Pengelolaan kesan (*impression management*) jamaah persatuan islam merupakan realitas komunikasi yang dimainkan oleh jamaah persatuan islam sebagai bentuk pencitraan diri yang positif. Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh jamaah persatuan islam tidak terlepas dari pemaknaan status diri yang dilakukan oleh mereka.

Pengelolaan kesan (*impression management*), Goffman dalam mulyana (2003:112) mengatakan bahwa pengelolaan kesan merupakan teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu yang menjadi kajian dramaturgis, adalah penggunaan panggung oleh sang aktor dalam kehidupan sosialnya. Sebagai aktor sosial, senantiasa berkomunikasi dengan menggunakan dua wilayah yakni panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Pengelolaan kesan dalam konteks penelitian ini dimaknai sebagai salah satu fenomena

komunikasi yang dikonstruksi jamaah persatuan islam sebagai politikus, dalam upaya mereka memberikan kesan-kesan tertentu kepada khalayaknya.

Sebagai da'i merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari jamaah persatuan islam. Dalam konteks ini, da'i adalah merupakan tampilan *back stage*, sementara statusnya sebagai politikus, yang identik dengan identitas subjektif, menurut Berger dan Luckmann (1990) dalam Mulyana (2003) merupakan identitas yang dihadirkan atau dikonstruksi oleh jamaah persatuan islam sebagai tampilan *front stage*, hal tersebut didasari oleh keinginan para anggota legislatif (jamaah persatuan islam) untuk menampilkan sosok diri yang baik, politikus yang selalu berpihak kepada kepentingan rakyat.

Berlandaskan prespektif dramaturgis, maka dapat dikatakan bahwa jamaah persatuan islam. Harus mampu memainkan perannya dalam permainan politik tanpa menanggalkan dirinya sebagai seorang pendakwah. Hal inilah yang dilakukan jamaah persis, dalam menampilkan diri sebagai seorang politikus yang profesional, dengan menampilkan sikap dan perilaku yang baik yang mencerminkan suri tauladan bagi masyarakat, dimana dalam dirinya melekat sebagai seorang ahli agama. Karena masyarakat sering menyoroti bahwa politikus sering membohongi, politik itu kotor, penuh tipu daya, serta label-label negatif yang berkembang sebagai *common sense* di masyarakat. Oleh karena itu munculnya status subjektif ditandai oleh adanya upaya jamaah persatuan islam untuk mengkonstruksi realitas-realitas tertentu yang antar lain dengan cara mengelola kesan tertentu, agar nampak dimata orang lain sebagai politikus yang bersih, jujur dan amanah. Pengelolaan kesan jamaah persatuan islam dapat dilihat ketika mereka berinteraksi dengan orang lain pada konteks tertentu atau situasi sosial tertentu. Ini merupakan gambaran mengenai panggung depan (*front stage*) jamaah persatuan islam dalam menentukan setting pengelolaan kesan mereka.

Kesadaran sebagai da'i membawa jamaah persatuan islam untuk melakukan perilaku keagaamaan dalam kehidupan sehari-hari dengan melaksanakan kewajiban-kewajiban sebagai seorang politikus. Pengelolaan kesan yang dilakukan jamaah persatuan islam selaku da'i juga politikus berawal dari persoalan mempresentasikan diri dan juga citra dirinya di depan orang lain yang telah memandang atau memposisikan dirinya sebagai da'i juga politikus. Strategi pengelolaan kesan yang dilakukan oleh jamaah persatuan islam untuk membangun citra diri yang baik di mata khalayaknya agar memuluskan perjuangan dakwah mereka. Terkait hal tersebut, bagaimana pola komunikasi politik yang dilakukan oleh jamaah persatuan islam, tentunya tidak lepas dengan bagaimana mereka melakukan strategi komunikasi politik yang dijalankannya.

Komunikasi politik persatuan islam merupakan konstruksi politik yang menuntut langkah-langkah tepat dan implementasinya sebagai konsekuensi dari pandangan politiknya, sekaligus menjadi pedoman politik jamaah persatuan islam. Oleh karena itu komunikasi politik jamaah persatuan islam harus mencerminkan langkah dakwah islam, hal inilah yang kemudian ditransformasikan ke dalam ragam komunikasi politik jamaah persatuan islam. Begitu pula mengenai strategi komunikasi politik persatuan islam tidak dapat dilepaskan dari situasi sosial politik pada saat langkah politik dirumuskan. Ini tercermin dari strategi komunikasi politik yang dibangun, dan terefleksikan dalam strategi yang saling terkait, yaitu bagaimana dapat memiliki otoritas politik (kekuasaan legislatif), yang dapat mendukung kemudahannya untuk berdakwah.

PENUTUP

Hingar bingarnya kancah perpolitikan di Indonesia, serta terbukanya kran kebebasan, telah mendorong lahirnya berbagai partai politik di tanah air, tidak terkecuali partai-partai politik berlatar keagamaan, termasuk salah satunya adalah organisasi keagamaan Persatuan Islam (PERSIS), yang menyalurkan aspirasi politiknya melalui Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Sebagai ormas keagamaan, yang berdiri dalam dua sisi Agama dan Politik, kehadirannya dalam kancah politik tentu telah memunculkan fenomena menarik bagaimana Persis memainkan kinerja komunikasi politiknya. Konstruksi komunikasi politik yang dijalankan oleh jamaah persatuan islam telah mengkonstruksi setiap komunikasi yang dilakukannya dengan berdasarkan pada pemaknaan subjektif tentang perjalanan kehidupannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara Dani. ALGhifari. Abu. (2002). *Sejarah Perjuangan Pemuda Persis*. Bandung. Mujahid
- Badri. (2008). *Gerakan Modern Dalam Islam*. Bandung. Alsina
- Creswell, JW. (2002). *Research Design Qualitative & Quantitative Approaches*, California, Sage Publication
- Kantaprawira. Rusadi. 2004. *Sistem Politik Indonesia. Suatu Model Pengantar*. Bandung. Sinar Baru Algensindo
- Kamiluddin. Uyun. (2006). *Menyorot Ijtihad Persis*. Bandung. Humaniora.
- Mufti. (1999). *Arah Perjuangan Menuju Pencerahan Persatuan Islam*. Bandung. Bulan Bintang
- Mulyana. Deddy. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung Remaja Rosdakarya
- (2013). *Komunikasi Politik. Politik Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Nasution. Zulkarimen. (1990). *Komunikasi Politik. Suatu Pengantar*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Nugraha, dan Romli. (2012). *Strategi Komunikasi Pembangunan Pada Program Desa Peradaban Sebagai Bentuk Peningkatan Citra Pemerintah Daerah*. Kajian Komunikasi 1 Desember. Hal (9-19)
- Sumarno.AP. (2002). *Komunikasi Politik*. Jakarta. Pusat Penerbitan UT.
- Supardan. Dadang. (2009). *Pengantar Ilmu Sosiologi; Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta. Bumi Aksara
- Sutrisno. (2011). *“Komunikasi Politik Aktivis Partai Politik Islam Indonesia. (Studi Fenomenologi aktivis PKS, PBB,dan PPP dalam Memaknai Teroris dan Jihad dalam Islam”*. Disertasi. Unpad.
- Turmudi. Hamzah. (2014). *“Komunikasi Politik Persatuan Islam (Studi Fenomenologi Tentang Ijtihad Siyasi Jamaah Persatuan Islam)”*. Disertasi. Unpad

PENINGKATAN PARTISIPASI MASYARAKAT PERDESAAN MELALUI PENDEKATAN ORGANISASI MASYARAKAT SETEMPAT

AGUS SETIAMAN¹⁾, SLAMET MULYANA²⁾, BETTY TRESNAWATY³⁾

¹⁾ Agus Setiaman adalah Dosen tetap Program Studi Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung.

²⁾ Slamet Mulyana adalah Dosen tetap dan juga Ketua Program Studi Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung.

³⁾ Betty Tresnawaty adalah Dosen tetap di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati Bandung.

ABSTRAK

Kunci kearah keberhasilan pembangunan adalah keikutsertaan rakyat dalam proses pembangunan, hal ini berarti perspektif atau paradigma tentang pembangunan harus diubah, masyarakat bukan sebagai objek pembangunan melainkan sebagai pelaku-pelaku pembangunan itu sendiri. Kesadaran akan keberadaan rakyat sebagai pelaku sentral dalam menentukan strategi pembangunan dan dalam perwujudannya.

Masyarakat pedesaan dapat dipandang sebagai modal, daya dan potensi pembangunan, oleh karena itu dalam pelaksanaan pembangunan di pedesaan hendaknya diarahkan pada usaha pengembangan dan peningkatan prakarsa dan swadaya gotong royong masyarakatnya. Didalam menyatukan dan mempertemukan kebutuhan masyarakat dengan kepentingan pemerintah, diperlukan sarana di antaranya suatu wadah yang dapat menampung partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan yang telah diprogramkan oleh pemerintah.

Wadah partisipasi masyarakat hendaknya selain dapat menampung dan memenuhi aspirasi maupun inisiatif masyarakat, juga merupakan sarana komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah maupun antarwarga masyarakat itu sendiri, sehingga setiap usaha dan kegiatan masyarakat dapat dikoordinasikan dengan sebaik-baiknya.

Berdasar pola pembangunan yang bersifat *Bottom Up* ini maka pembangunan pada dasarnya dari, oleh dan untuk rakyat. Dalam kerangka pembangunan yang dilaksanakan dari, oleh dan untuk rakyat maka dibentuklah organisasi masyarakat setempat yang berfungsi sebagai lembaga perumus kebijakan pembangunan dan sekaligus sebagai lembaga pelaksana dan pengawas proses pembangunan yang dilaksanakan. Keberadaan lembaga ini menjadi penting dan strategis karena proses pembangunan pada dasarnya ditentukan oleh hasil musyawarah masyarakat desa yang terlembagakan dalam Organisasi Masyarakat Setempat (OMS).

Kata Kunci: *Pembangunan, Partisipasi, Organisasi Masyarakat Setempat, Gotong Royong,*

PENDAHULUAN

Masyarakat pedesaan dapat dipandang sebagai modal, daya dan potensi pembangunan, oleh karena itu dalam pelaksanaan pembangunan di pedesaan hendaknya diarahkan pada usaha pengembangan dan peningkatan prakarsa dan swadaya gotong royong masyarakatnya

(Sudirwo, 1981). Didalam menyatukan dan mempertemukan kebutuhan masyarakat dengan kepentingan pemerintah, diperlukan sarana di antaranya suatu wadah yang dapat menampung partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan yang telah diprogramkan oleh pemerintah. Wadah partisipasi masyarakat hendaknya selain dapat menampung dan memenuhi aspirasi maupun inisiatif masyarakat, juga merupakan sarana komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah maupun antarwarga masyarakat itu sendiri, sehingga setiap usaha dan kegiatan masyarakat dapat dikoordinasikan dengan sebaik-baiknya.

Wadah partisipasi masyarakat dalam merencanakan dan melaksanakan pembangunan melalui Keppres no. 28 tahun 1980 adalah LKMD yang berfungsi di antaranya untuk meningkatkan partisipasi perempuan pedesaan (Mutawali, 1987).

Paradigma pembangunan yang berpusat pada rakyat relevan dengan kebijakan desentralisasi dalam pembangunan. Pendekatan ini menyadari pentingnya kapasitas masyarakat untuk meningkatkan kemandirian dan kekuatan internal melalui kesanggupan untuk melakukan kontrol internal atas sumberdaya materi dan non-materi yang penting. Pembangunan yang berpusat pada rakyat menekankan pada pemberdayaan, yang memandang inisiatif-kreatif dari rakyat sebagai sumberdaya pembangunan utama sebagai tujuan yang hendak dicapai oleh proses pembangunan.

Paradigma yang sedang dikembangkan oleh pemerintahan saat ini menekankan pola pembangunan yang bersifat *Bottom-Up* artinya yang mengambil prakarsa pembangunan adalah rakyat yang tahu persis apa yang mereka butuhkan, apa yang mereka harapkan dan apa yang mereka inginkan. Berdasar pola pembangunan yang bersifat Bottom Up ini maka pembangunan pada dasarnya dari, oleh dan untuk rakyat.

Dalam kerangka pembangunan yang dilaksanakan dari, oleh dan untuk rakyat maka dibentuklah organisasi masyarakat setempat yang berfungsi sebagai lembaga perumus kebijakan pembangunan dan sekaligus sebagai lembaga pelaksana dan pengawas proses pembangunan yang dilaksanakan.

Keberadaan lembaga ini menjadi penting dan strategis karena proses pembangunan pada dasarnya ditentukan oleh hasil musyawarah masyarakat desa yang terlembagakan dalam Organisasi Masyarakat Setempat (OMS).

Sehubungan dengan kenyataan-kenyataan tersebut diatas diperlukan upaya-upaya untuk memberdayakan organisasi masyarakat setempat agar partisipasi masyarakat dalam membangun menjadi meningkat.

Dari uraian diatas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah; *"Sejauhmana Peningkatan Partisipasi Masyarakat Pedesaan melalui Pendekatan Organisasi Masyarakat Setempat"*.

1. Identifikasi Masalah

- a) Bagaimana bentuk informasi yang diberikan oleh Organisasi Masyarakat Setempat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.
- b) Bagaimana relasi kemitraan yang dilakukan Organisasi Masyarakat Setempat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.
- c) Bagaimana identifikasi kebutuhan pembangunan yang dilakukan Organisasi Masyarakat Setempat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

METODE PENELITIAN

Analisis adalah pengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi serta menyingkatkan data sehingga mudah untuk dibaca, serta menerangkan sesuatu atau memberikan deskripsi terhadap sesuatu (Nazir, 1987: 71).

Data yang diperoleh dalam penelitian ini diakumulasikan dan disusun secara sistematis untuk kemudian dianalisis dengan menggunakan 2 teknik, yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan data yang terkumpul untuk umum atau generalisasi (Sugiono, 2002 : 112). Teknik ini memaparkan jawaban responden dalam bentuk tabel frekuensi dan presentase. Tabel-tabel tersebut selanjutnya disertai interpretasi penulis mengetahui makna dari data-data penelitian tersebut.

Perhitungan presentase dalam tabel frekuensi dihitung berdasarkan rumus: $P = \frac{f}{n} \times 100\%$

Dimana:

P = Presentase frekuensi

f = Frekuensi kelas

n = Ukuran sampel.

(Supranto 2000 : 63)

2. Analisis Statistik Inferensial

Teknik analisis inferensial bertujuan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiono, 2002 : 113). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang akan diuji masing-masing berskala ordinal, maka koefisien Korelasional yang akan digunakan dihitung berdasarkan rumus Rank Spearman (*Spearman Rank Order Correlation*), teknik Korelasional tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan diantara variabel X dan variabel Y.

$$\text{Rumus: } r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n^3 - n}$$

Dimana:

r_s = koefisien Korelasional Spearman Rank

d_i = selisih angka yang dibuat untuk kelompok X dan Y

n = banyaknya sampel

(Siegel, 1997 : 253)

Langkah-langkah penggunaan koefisien Korelasional Spearman Rank Order (Siegel, 1997 : 250-257) adalah sebagai berikut:

1. Skor data dari variabel X dan Y diberi rangking mulai dari nomor 1 sampai N
2. Menghitung selisih rangking pasangan (d_i) dengan rangking X dan rangking Y
3. Kemudian selisih rangking pasangan dikuadratkan untuk memperoleh d_i^2 lalu d_i^2 dijumlahkan sampai N kasus guna mendapatkan $\sum d_i^2$.
4. Kadang-kadang dalam penelitian terjadi dua subjek atau lebih mendapat skor yang sama pada variabel yang sama, maka sebelumnya menghitung r_s dilakukan perhitungan faktor koreksi, yaitu:

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Dimana:

T = faktor koreksi jumlah rangking berkerangka sama

t = banyaknya data yang berkerangka sama pada rangking tertentu

5. Jika proporsi angka sama dalam observasi-observasi X dan Y dan jumlahnya besar, maka digunakan rumus berikut untuk menghitung r_s :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Dimana:

$$\sum x^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_x$$

$$d_i = x_i - y_i$$

$$\sum y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_y$$

Dimana:

d_i = selisih rangking X dan Y untuk setiap jumlah n

n = jumlah sampel

T_x = jumlah koreksi X

T_y = jumlah koreksi Y

6. Jika $n \geq 10$, signifikansi suatu harga observasi r_s ditetapkan dengan menghitung t yang berkaitan dengan harga tersebut menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

Dimana derajat kebebasan sama dengan n-2, untuk penelitian ini tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 0,05 pada tabel dua sisi (*two tailed*).

Sedangkan kriteria penerimaan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut: jika t hasil perhitungan lebih besar atau sama dengan t dalam tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) pada tingkat signifikansi 0,05 maka hipotesis penelitian (H1) diterima.

3. Pengujian Hipotesis

$H_o : r_s = 0$ (tidakada Korelasional)

$H_1 : r_s \neq 0$ (ada Korelasional)

Untuk penelitian ini, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir atau tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 5% (0,05) pada tes dua sisi.

Kriteria pengujian:

1. Jika $|t_{hitung}| \geq t_{\alpha/2, n-2}$, atau nilai signifikansi (Sig.) $< \alpha$ (0,05) H_o ditolak, dan H_i diterima. Terdapat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

2. Jika $t_{\alpha/2, n-2} < t_{hitung} < t_{1-\alpha/2, n-2}$, atau nilai signifikansi (Sig.) $< \alpha (0,05)$ Ho diterima, dan H1 ditolak. Tidak terdapat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Desa Selagedang Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur. Sedangkan tehnik penarikan sampling yang digunakan adalah *Multistage Sampling*.

Desa Selagedang Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur ternyata secara geografis berada di Kota Kecamatan Cibeber tapi secara kultural desa ini berbasis masyarakat tani hal ini dapat dilihat dari rata-rata mata pencaharian penduduk, sehingga secara sosiologis desa ini berada dalam masa transisi dimana pada satu sisi berada dalam kondisi masyarakat kota tapi pada sisi lain berada dalam kondisi masyarakat desa. Kemudian dari kerangka sampling yang ada pada peneliti Desa Selagedang memiliki dua dusun yang terdiri dari 15 RW (Rukun Warga) yang tersebar 8 RW di **Dusun Satu** dan 7 RW di **Dusun Dua** dan dari 54 RT (Rukun Tetangga) yang ada tersebar 28 RT di dusun satu dan 26 di dusun dua dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 2.796 KK.

Dari dua dusun yang ada diambil satu dusun secara acak sederhana terpilihlah **Dusun Satu** yang memiliki 8 RW kemudian dilakukan pemilihan secara acak terpilih RW 3 yang memiliki 4 RT yakni: RT 9, 10, 11 dan 12 dari keempat RT itu dipilih secara acak dan terpilih RT 11. Maka sampel dalam penelitian ini adalah warga RT 11, RW 3 **Dusun Satu**. Yang memiliki 84 Kepala Keluarga (KK).

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Setelah melihat dan menganalisa data responden, selanjutnya akan dibahas mengenai data penelitian. Analisis deskriptif data penelitian ini menggambarkan tanggapan masyarakat terhadap Organisasi Masyarakat Setempat (OMS) terhadap hubungan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Analisis deskriptif data penelitian ini akan dijabarkan dari variabel X, yaitu OMS yang meliputi faktor *bentuk informasi yang diberikan, relasi kemitraan yang dijalankan OMS, dan Identifikasi kebutuhan*. Variabel Y, yaitu Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

4.1.1 Sub Variabel *bentuk informasi* (X1.1)

Sub variabel *bentuk informasi* dijelaskan dengan 6 buah pernyataan sebagai penjabar.

- Tanggapan Responden Mengenai Bentuk Informasi yang diberikan oleh OMS (X1.1)

Untuk mengambil kesimpulan gambaran masing-masing indikator, penulis membuat pengkategorian interval kelas. Lebar interval tergantung pada range dan jumlah kelas yang ditetapkan. Untuk menentukan jumlah interval kelas, digunakan rumus :

$$X_n - X_1$$

$$C = \text{-----}$$

$$N$$

dimana : C = Perkiraan besarnya kelas

N = Banyaknya kelas

Xn = Nilai tertinggi

X1 = Nilai terendah

(Supranto, 2000:64)

Indikator bentuk informasi yang diberikan oleh OMS (X1.1) terdiri dari 4 pernyataan. Setiap pernyataan terdiri dari lima alternatif jawaban yang diberi nilai 1-5. Kemungkinan nilai skor terbesar adalah 20, sedangkan skor terendah adalah 4. Untuk menentukan interval setiap kategori (tiga kelas), maka dilakukan perhitungan berikut :

$$C = \frac{20 - 4}{3} = 5,33 \quad (5)$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori tinggi/rendahnya Indikator bentuk informasi (X1.1) adalah sebagai berikut :

Kategori Kurang : 4 - 9

Kategori Cukup : 10 - 15

Kategori Baik : 16 - 21

Tabel 4.1.

Bentuk Informasi yang Diberikan oleh OMS dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Indikator	Kategori	F	%
Bentuk Informasi yang Diberikan oleh OMS dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan	Baik	77	91,67
	Cukup	6	7,14
	Kurang	1	1,19
Total		84	100

Dari tabel Bentuk Informasi yang Diberikan oleh OMS dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan (X1.1) adalah baik, dengan jumlah responden yang menyatakan sebanyak 77 orang (91,67%), dan paling sedikit menyatakan kurang sebanyak 1 orang (1,19%).

Tabel 5.6 di atas memberikan gambaran bahwa setengahnya dari responden setuju bahwa pemilihan saluran yang tepat dalam menyampaikan informasi kepada perempuan pedesaan sangat pemilhan saluran informasi yang tepat menentukan keberhasilan dalam penyampaian program atau kegiatan mereka. Organisasi Masyarakat Setempat, diakui responden sebagai saluran yang mampu menangkap respon atau umpan balik dari saaraan yang diubah. Saluran atau channel sebagai salah satu elemen dari strategi komunikasi memberikan andil dalam menghubungkan perubah dengan sasaran yang akan diubah. Ketidaktepatan memilih saluran akan menghambat komunikasi di antara kedua belah pihak.

4.1.2 Sub Variabel *Relasi Kemitraan* (X2.2)

Sub variabel *Relasi Kemitraan* dijelaskan dengan 6 buah pernyataan sebagai penjas

- Tanggapan Responden Mengenai Relasi Kemitraan yang dilakukan oleh OMS dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan. (X2)

Untuk mengambil kesimpulan gambaran masing-masing indikator, penulis membuat pengkategorian interval kelas. Lebar interval tergantung pada range dan jumlah kelas yang ditetapkan. Untuk menentukan jumlah interval kelas, digunakan rumus :

$$X_n - X_1$$

$$C = \frac{\quad}{\quad}$$

N

dimana : C = Perkiraan besarnya kelas

N = Banyaknya kelas

X_n = Nilai tertinggi

X₁ = Nilai terendah

(Supranto, 2000:64)

Sub variabel relasi kemitraan terdiri dari 3 pernyataan. Setiap pernyataan terdiri dari lima alternatif jawaban yang diberi nilai 1-5. Kemungkinan nilai skor terbesar adalah 15, sedangkan skor terendah adalah 3. Untuk menentukan interval setiap kategori (tiga kelas), maka dilakukan perhitungan berikut :

$$15 - 3$$

$$C = \frac{\quad}{\quad} = 4$$

3

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori tinggi/rendahnya Indikator relasi kemitraan yang mempengaruhi (X2.1) adalah sebagai berikut :

Kategori Kurang : 3 - 7

Kategori Cukup : 8 - 11

Kategori Baik : 12 - 15

Tabel 4.2.

Relasi Kemitraan yang Dilakukan Oleh OMS dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Indikator	Kategori	f	%
Relasi Kemitraan yang Dilakukan Oleh OMS dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan	Baik	82	97,62
	Cukup	2	2,38
	Kurang	-	-
Total		84	100

Dari tabel Mengenai Relasi Kemitraan yang Dilakukan Oleh OMS dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan(X2.1) adalah baik, dengan jumlah responden yang menyatakan sebanyak 82 orang (97,62%) dan paling sedikit menyatakan cukup sebanyak 2 orang (2,38%).

Dengan demikian, strategi komunikasi berkaitan erat dengan upaya peningkatan SDM pedesaan. Hal ini tampak dari tabel tersebut yang memberikan gambaran bahwa strategi komunikasi OMS yang tepat dapat menumbuhkan adanya kemampuan mengatasi masalah yang dihadapi oleh warga desa, mampu mengendalikan tindakannya serta mampu mempengaruhi lingkungannya atas usahanya sendiri.

4.1.3 Sub Variabel Identifikasi Kebutuhan (X3.3)

Sub variabel *Identifikasi Kebutuhan dalam Pembangunan yang dilakukan oleh OMS* dijelaskan dengan 7 buah pernyataan sebagai penjabar Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel *Identifikasi Kebutuhan dalam Pembangunan (X3.3)*

Tabel 4.3.

Sub Variabel Identifikasi Kebutuhan (X3.3)

Sub Variabel	Kategori	f	%
Identifikasi Kebutuhan dalam Pembangunan yang dilakukan oleh OMS	Baik	63	75,00
	Cukup	21	25,00
	Kurang	-	-
Total		84	100

Untuk mengambil kesimpulan gambaran masing-masing indikator, penulis membuat pengkategorian interval kelas. Lebar interval tergantung pada range dan jumlah kelas yang ditetapkan. Untuk menentukan jumlah interval kelas, digunakan rumus :

$$X_n - X_1$$

$$C = \frac{\quad}{\quad}$$

$$N$$

dimana : C = Perkiraan besarnya kelas

N = Banyaknya kelas

X_n = Nilai tertinggi

X₁ = Nilai terendah

(Supranto, 2000:64)

Sub Variabel *Identifikasi Kebutuhan (X3)* terdiri dari 7 pernyataan. Setiap pernyataan terdiri dari lima alternatif jawaban yang diberi nilai 1-5. Kemungkinan nilai skor terbesar adalah 35, sedangkan skor terendah adalah 7. Untuk menentukan interval setiap kategori (tiga kelas), maka dilakukan perhitungan berikut :

$$35 - 7$$

$$C = \frac{\quad}{\quad} = 9,33(9)$$

$$3$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori tinggi/rendahnya Sub Variabel *Identifikasi Kebutuhan* (X3) adalah sebagai berikut :

Kategori Kurang : 7 - 16
Kategori Cukup : 17 - 25
Kategori Baik : 26 - 35

Tabel Sub Variabel *Identifikasi Kebutuhan* menjelaskan tentang tanggapan responden mengenai sub variabel ini. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa penilaian responden mengenai *Identifikasi Kebutuhan* ada pada kategori baik, dengan responden yang menyatakan sebanyak 63 orang (95,24%).

Hambatan yang paling sering muncul dalam identifikasi kebutuhan warga adalah kurang adanya inisiatif warga desa untuk mengembangkan kemahiran dan keterampilan yang mereka miliki. Biasanya warga desa sudah merasa cukup dengan apa yang dimilikinya tanpa mau lebih jauh mengembangkan kemahiran dan keterampilan yang mereka miliki. Salah satu ciri dari peningkatan SDM warga pedesaan, yakni dengan mengembangkan kemampuan inisiatif sendiri terhadap apa yang menjadi kebutuhan dalam pembangunan yang dilaksanakannya dengan adanya Organisasi Masyarakat setempat diharapkan warga di pedesaan terpacu untuk selalu berinisiatif, dalam arti mampu berpikir dan bertindak secara orisinal, kreatif dan penuh inisiatif sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan.

4.2. Analisis Korelasi antara Strategi Komunikasi Pembangunan yang dilakukan oleh OMS dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Pada bagian ini disajikan beberapa gambaran mengenai keterkaitan antar variabel permasalahan yang diteliti. Tabulasi silang diberikan untuk melihat kaitan antara Variabel X dengan Variabel Y dalam penelitian ini. Dalam analisis korelasi ini dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan koefisien korelasi *Rank Spearman*.

4.2.1. Hubungan antara *Bentuk Informasi* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Bentuk Informasi* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara *Bentuk Informasi* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Batas kekeliruan yang diambil pada saat penelitian adalah, $\alpha = 5\%$ dan tingkat signifikansi sebesar 95%.

Berdasarkan perhitungan yang disajikan pada lampiran, diperoleh koefisien korelasi

Rank Spearman sebesar 0,411. Dengan rumus $t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung

$t = 0,411 \sqrt{\frac{84-2}{1-0,411^2}} = 4,09$. Dengan db = 82 (n-2) dan $\alpha = 5\%$ untuk pengujian dua pihak,

diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hubungan antara Bentuk Informasi dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	t. hitung	t tabel	Kesimpulan
X1-Y	0,411	4,09	1,99	Terdapat hubungan

Dikarenakan t hitung (4,09) > t tabel (1,99), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan antara *Bentuk Informasi* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

4.2.2. Hubungan antara Relasi Kemitraan dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara *Relasi Kemitraan* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

H_1 : Terdapat hubungan antara *Relasi Kemitraan* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Batas kekeliruan yang diambil pada saat penelitian adalah, $\alpha = 5\%$ dan tingkat signifikansi sebesar 95%.

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi Rank

Spearman sebesar 0,444. Dengan rumus $t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung

$$t = 0,444 \sqrt{\frac{84-2}{1-0,444^2}} = 4,48. \text{ Dengan db} = 82 \text{ (n-2) dan } \alpha = 5\% \text{ untuk pengujian dua pihak,}$$

diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5.
Hubungan antara Relasi Kemitraan dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2-Y	0,444	4,48	1,99	Terdapat hubungan

Dikarenakan $t_{hitung} (4,48) > t_{tabel} (1,99)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan antara *Relasi Kemitraan* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan.

4.3. Hubungan antara *Identifikasi Kebutuhan* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara *antara Identifikasi Kebutuhan* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

H_1 : Terdapat hubungan antara *antara Identifikasi Kebutuhan* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Batas kekeliruan yang diambil pada saat penelitian adalah, $\alpha = 5\%$ dan tingkat signifikansi sebesar 95%.

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi Rank Spearman sebesar 0,523. Dengan rumus $t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung

$$t = 0,523 \sqrt{\frac{84-2}{1-0,523^2}} = 5,56. \text{ Dengan db} = 82 \text{ (n-2) dan } \alpha = 5\% \text{ untuk pengujian dua pihak,}$$

diperoleh nilai t tabel = 1,99. Nilai-nilai perhitungan ini kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6.
Hubungan antara *Identifikasi Kebutuhan* dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X3-Y	0,523	5,56	1,99	Terdapat hubungan

Dikarenakan $t_{hitung} (5,56) > t_{tabel} (1,99)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Terdapat hubungan antara *Identifikasi Kebutuhan* dengan Partisipasi Masyarakat dalam pembangunan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan dan analisis yang dilakukan baik yang bersifat deskriptif maupun korelasional maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Organisasi Masyarakat Setempat yang meliputi aspek-aspek bentuk informasi, relasi kemitraan, identifikasi kebutuhan, yang dilakukan oleh OMS telah berlangsung dengan baik.
2. Terdapat hubungan antara strategi komunikasi pembangunan dengan tingkat partisipasi masyarakat dalam pembangunan yang dilaksanakan di desanya sendiri, hal ini terbukti dengan hasil uji korelasional

Saran-saran

Berdasarkan hasil analisis terhadap data penelitian maka saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya Organisasi Masyarakat Setempat sebagai partner pemerintah dalam pelaksanaan pembangunan sehingga diberikan pendampingan dalam proses perumusan atau penyusunan kegiatan lebih dioptimalkan.
2. Peran serta masyarakat dalam pembangunan dapat dioptimalkan dengan keberadaan OMS ini sehingga pemerintah perlu mendorong terus kegiatan-kegiatan OMS secara edukatif lebih ditonjolkan ketimbang kegiatan yang dipaksakan.

DAFTAR PUSTAKA

Budiman, Arief, 1995, *Teori Pembangunan Dunia Ketiga*, Gramedia, Jakarta.

Burki, SF, 1990, *Development Strategy for Poverty Alleviation*, Asian Development Preview, 8 (1), hal 1-17.

Depari, Edward, Collin Mac Andrew, 1991, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*, Gadjah Mada, Yogyakarta

DeFleur, Melvin, Everette E. Dennis, 1985, *Understanding Mass Communication*, Houghton Mifflin Company, Boston

Effendy, U Onong, 2005, *Komunikasi dan Modernisasi*, Mandar Maju, Bandung.

Evereth M. Rogers, 1989, *Komunikasi dan Pembangunan Perspektif Kritis*, LP3ES, Jakarta.

Hanafi, Abdillah, 1986, *Memasyarakatkan Ide - Ide Baru*, Usaha Nasional, Surabaya.

Hikmat, Harry, 2001, *Participatory Research Appraisal*, Humaniora, Bandung.

Liliweri, Alo, 1991, *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, Citra AdityaBakti, Bandung.

Nasution, Zalkarimein, 1988, *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya*, Rajawali, Jakarta.

Praktiko, Riyono, 1987, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*, Remadja Karya, Bandung.

Singarimbun, Masri dan SofianEffendy, 1978, *Metode Penelitian Survai*, Pusat Penelitian dan Studi Kependudukan, UGM, Yogyakarta.

Soetrisno, Loekman, 1995, *Menuju Masyarakat Partisipatif*, Kanisius, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.

RESOLUSI KONFLIK DAN PROFESI MEDIATOR

AGUSTRIJANTO

Dosen Ilmu Komunikasi Kalbis Institute
Jl. Pulomas Selatan Kav. 22 Jakarta Timur 13210
agustrijanto@kalbis.ac.id

ABSTRAK

Konflik dapat terjadi kapan pun dan dimanapun. Konflik dapat terbuka atau tertutup, Oleh karena itu dibutuhkan resolusi konflik yaitu suatu cara untuk menyelesaikan masalah dengan cara yang lebih elok melalui putusan, teknik, kesepakatan, kebulatan tekad baik dengan permintaan maupun tuntutan yang dihasilkan dalam rapat, musyawarah atau persidangan, yang berbentuk tulisan dan diajukan secara resmi kepada pihak terkait, dan diajukan melalui jalur litigasi atau non litigasi. Rumitnya konflik membuka peluang tentang cara alternatif penyelesaian konflik yang mementingkan perdamaian, tanpa melukai namun tetap memberikan keadilan. Salah satunya adalah resolusi konflik dengan cara damai dan melibatkan profesi juru damai atau mediator. Melalui Peraturan Mahkamah Agung RI (PERMA) No.1 Tahun 2016 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan, resolusi konflik dan profesi mediator diatur. Namun masih belum memuaskan diantaranya adalah pengenalan publik kepada profesi mediator sebagai juru damai masih sangat kurang Untuk itu peneliti menerapkan penelitian kualitatif dengan menggunakan studi pustaka dan model *Defining Advertising Goal for Advertising Measure* (DAGMAR). Peneliti melihat ketidaktahuan masyarakat tentang profesi mediator disebabkan oleh banyak hal. Diantaranya adalah kurangnya mediator memasarkan diri terhadap profesi ini, dan peraturan tentang profesi mediator sebagai juru damai justru dalam beberapa hal dibatasi oleh ketentuan-ketentuan formal, misalnya Etika Pariwisata. Peneliti mencermati bahwa keberhasilan mediator dalam menyelesaikan konflik ternyata diperkaya dengan keterampilan berkomunikasi tanpa kekerasan (*nonviolent communication*). Dengan demikian diharapkan, tulisan ini dapat mengedukasi masyarakat agar dapat melihat dan menyelesaikan konflik secara proporsional.

Kata Kunci: *konflik, mediasi, resolusi*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya keberadaan konflik, masalah, persengketaan, perselisihan atau apapun namanya adalah sesuatu yang wajar dalam kehidupan manusia. Sepanjang manusia saling tulus dan mengerti maka konflik apapun dapat diselesaikan dengan baik (Yoshiro Kusano – pakar *Chotei* dan *Wakai* / perdamaian dan mediasi dari Jepang, 2008: 213).

Konflik akan selalu berkembang baik secara bentuk maupun substansinya. Konflik dapat mewujudkan dalam kenyataan yang bersifat kasat mata dan dapat dilihat oleh mata, hingga sesuatu yang tampak abstrak dan perlu penjelasan-penjelasan yang lebih detil dalam menjabarkan konflik. Pengetahuan tentang konflik dapat meluas ke titik penting manakala konflik akan dipahami sebagai sebuah kajian, tidak hanya dipandang sebagai respon. Oleh karena itu konflik harus dipahami untuk dapat didiagnosa penyebab-penyebabnya (umum

dan khusus), dan derajat eskalasinya agar intervensi yang tepat dapat menentukan cara menyelesaikan konflik. Bentuk konflik turut menentukan indikasi, dan mekanisme penyelesaiannya. Setelah indikasi dan mekanisme konflik dipahami maka konflik sebenarnya dapat dipandang juga sebagai cara mendidik masyarakat agar tidak terlalu memandang konflik selalu dari sisi negatif saja mengingat jika konflik ditangani secara konstruktif maka ada manfaat-manfaat positif bagi para pihak (pemaparan Analisis Konflik dalam Buku Panduan Pendidikan Mediator Bersertifikat *Jakarta International Mediation Centre – JIMC*, 2010).

Konflik sering diartikan sebagai suatu persepsi atau anggapan adanya perbedaan kepentingan atau keyakinan bahwa aspirasi para pihak tidak dapat tercapai. Penggunaan kata aspirasi dapat dimaknai luas seperti keinginan, harapan, tuntutan, kemauan, atau gugatan. Di dalam aspirasi termaktub aspek kepentingan yang dianggap paling berharga. Jadi aspek kepentingan turut memengaruhi eskalasi konflik.

Konflik yang terjadi di tengah masyarakat atau para pihak sering disebabkan oleh ketidaksiapan sebagian pihak terhadap perubahan. Sepanjang **interaksi komunikasi** terjadi maka sangat terbuka potensi konflik baik secara terbuka maupun tertutup. Peran komunikasi di dalam konflik sebenarnya mampu menciptakan banyak manfaat, energi dan solusi. Komunikasi yang konstruktif diyakini mampu mendorong para pihak yang sedang berkonflik untuk membentuk kekompakan dalam menentukan cara penyelesaian konflik. Persoalannya adalah bagaimana menempatkan komunikasi dan konflik serta cara penyelesaian konflik itu sendiri. Secara komunikasi, konflik dipandang dengan cara lama dan cara baru. Cara lama bermakna buruk, biang masalah (*trouble maker*), dan harus dihindari. Sementara cara terkini dimaknai tidak selalu buruk, tidak perlu dihindari/ harus dihadapi, dapat dikelola secara progresif, bermanfaat jika ditangani dengan benar, serta konflik dapat menstimulasi kreativitas.

Dibandingkan dengan sengketa, konflik identik dengan perpecahan, perselisihan dan pertentangan. Sementara sengketa diartikan sebagai sesuatu yang dapat menyebabkan perbedaan pendapat atau perselisihan. Banyak hal yang dapat menyebabkan konflik. Konflik dapat disebabkan oleh faktor data seperti kekurangan informasi, kesalahan informasi, perbedaan pandangan, relevansi, interpretasi, penafsiran, atau prosedur. Konflik yang disebabkan oleh kepentingan dapat mewujudkan dalam persaingan kepentingan, prosedural, dan psikologi.

Konflik dapat disebabkan oleh persoalan keyakinan berupa perbedaan nilai dalam menilai suatu ide/ sikap, penilaian oleh diri sendiri tanpa memperhatikan penilaian orang lain, perbedaan pandangan hidup, ideologi maupun agama.

Konflik mungkin disebabkan oleh pola pelaku atau interaksi yang destruktif seperti ketidakseimbangan, kontrol, kepemilikan, distribusi, otoritas, atau juga geografi, fisik, dan lingkungan yang menghalangi kerjasama, dan keterbatasan waktu.

Konflik yang terjadi karena persoalan komunikasi dapat mempengaruhi sikap emosional, kesalahan-kesalahan persepsi, pola komunikasi yang buruk, dan tingkah laku yang saling menyerang atau negatif yang dilakukan berulang-ulang. Dalam banyak hal, konflik yang disebabkan oleh komunikasi dapat merembet ke berbagai bentuknya dengan cara dan akibat yang tidak terbayangkan. Masyarakat dapat melihat banyak fenomena saat ini tentang bagaimana media sosial misalnya, dapat menyampaikan berita-berita dengan sedemikian rupa dengan mengesampingkan efek yang ditimbulkannya. Peran komunikasi menjadi sangat luas

dengan pengaruh yang luar biasa. Komunikasi dapat menciptakan kebaikan, namun dapat juga sebaliknya dan sangat bergantung pada para pelaku komunikasi sebagai komunikator. Berdasarkan paparan materi pelatihan Mediator Mandiri Bersertifikat dari JIMC (*Jakarta International Mediation Centre- JIMC*) yaitu salah satu Lembaga Mediasi yang Terakreditasi Mahkamah Agung dengan nomor akreditasi 159/KMA/SK/VIII/2010, penulis mencoba memaparkan penyebab-penyebab konflik dengan pemilahan sebagai berikut:

Tabel 1. Konflik

1 Data	2 Kepentingan	3 Keyakinan	4 Struktural	5 Hubungan
Kekurangan Informasi	Persaingan kepentingan	Perbedaan kriteria	Pola pelaku atau interaksi yang destruktif	Emosional
Kesalahan informasi	Kepentingan prosedural	Penilaian egois		Kekeliruan persepsi
Perbedaan pandangan & relevansi	Kepentingan psikologi	Perbedaan pandangan hidup, ideologi, maupun agama	Ketidakseimbangan, kontrol, kepemilikan atau distribusi sumber daya	Komunikasi yang buruk
Perbedaan interpretasi			Ketimpangan kekuasaan dan otoritas	Tingkah laku negatif yang dilakukan berulang-ulang
Perbedaan penafsiran terhadap prosedur			Perbedaan geografis, fisik, lingkungan	
			Keterbatasan waktu	

(Sumber: Modul pelatihan Mediasi di JIMC 2010 dan diolah kembali oleh penulis)

Pemaparan ini penulis uraikan mengingat isi konflik dapat bervariasi. Namun secara transparan, merujuk pada kolom ke 5 (lima) yaitu konflik yang disebabkan oleh hubungan maka komunikasi merupakan aspek paling penting dalam menciptakan timbulnya konflik: komunikasi menjadi baik atau komunikasi menjadi buruk. Tidak dapat dipungkiri jika komunikasi menjadi bagian dari konflik yang jika dibiarkan akan menjadi sumber persoalan yang pelik.

Dari penyebab-penyebab konflik seperti tersebut di atas, dapat dicermati bahwa komunikasi yang buruk menyebabkan timbulnya konflik-konflik lanjutan yang lebih luas, seberapa dalam komunikasi buruk dapat meningkatkan suhu atau eskalasi konflik maka hal ini sangat bergantung pada banyak faktor.

Konflik dapat diuraikan dari berbagai segi dan hal ini menjadi alasan untuk mencari, menemukan, memformulasikan, dan mengkreaitivaskan tentang bagaimana cara menyelesaikan konflik. Cara untuk menyelesaikan konflik melalui putusan atau kebulatan pendapat berupa permintaan / tuntutan yang ditetapkan berdasarkan rapat (musyawarah,

sidang) biasa disebut resolusi konflik²⁹. Resolusi juga dapat berbentuk pernyataan tertulis, biasanya berisi tuntutan tentang suatu hal. Namun pada pokoknya, resolusi adalah terobosan yakni bagaimana upaya menyelesaikan konflik dengan cara-cara yang lebih bijaksana, lebih cepat, dan lebih dapat diterima oleh semua pihak sehingga terasakan ada nilai-nilai kebaruan dalam beresolusi konflik,

Resolusi Konflik dan Profesi Mediator

Profesi mediator merupakan profesi yang tergolong baru dan belum dikenal dengan baik oleh masyarakat luas. Padahal profesi mediator merupakan profesi yang nyata ada, dan legal dalam tataran peraturan formal serta dilindungi oleh ketentuan resmi yakni Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia No 1 Tahun 2016 Tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan. Mediator adalah profesi yang akrab dengan dunia komunikasi karena saat berperaktek atau melaksanakan tugasnya, Mediator wajib menggunakan teknik, dan paradigma komunikasi sebagai resolusi konflik.

Sebagai bagian dari profesi yang akrab dengan resolusi konflik, profesi Mediator terbuka secara luas karena memiliki beberapa keunggulan dalam karakteristiknya. Rachmadi Usman (Susanti Adi: 17) memaparkan karakteristik mediasi yang harus dipahami oleh Mediator, dalam pokok-pokok sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Mediasi

No	Karakteristik	Mediasi
1	kerelaan	Sukarela
2	pemutus	Oleh para pihak, bukan sepihak
3	Bandung mengikat dan tidak mengikat	Jika tercapai kesepakatan maka dapat dilaksanakan seperti sebuah perjanjian kontrak yang mengikat
4	Pihak lain	Dipilih oleh para pihak, dan dijadikan/ menjadi penengah, serta berfungsi sebagai fasilitator (mediator)
5	Derajat formalitas	Biasanya informal, tidak terstruktur, dan tidak berbelit-belit
6	Aturan pembuktian	Tidak ditentukan saklek, semua berdasarkan kesepakatan para pihak
7	Hubungan para pihak	Kooperatif dan kerjasama
8	Proses penyelesaian	Presentasi bukti, argumen, dan kepentingan tidak mengikat

²⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia – online. Pemaknaan resolusi ini adalah dari aspek gramatik atau tata bahasa. Dalam perkembangan praktek bermediasi, resolusi konflik ini termasuk dalam kelompok ADR – *Alternative Dispute Resolution* atau menyelesaikan persengketaan/ konflik dengan cara-cara damai dan di luar jalur litigasi. Namun pada kenyataannya, sebagian pihak masih memilih menyelesaikan konflik dengan cara-cara litigasi di pengadilan, atau dalam beberapa kasus, menyelesaikan konflik dengan cara-cara yang tidak patut.

9	Fokus penyelesaian	Masa depan
10	Suasana emosional	Bebas emosional negatif
11	Hasil	Kesepakatan yang diterima kedua pihak, win win solution
12	Publikasi	Rahasia, sangat pribadi, privat
13	Jangka waktu	Segera, 3-6 minggu,

Sementara itu, Christopher W. Moore – seorang ahli mediasi membagi profesi mediator dalam 3 kelompok (Susanti Adi, 2009: 26) yaitu

1. *Social Networks Mediator* yaitu orang-orang yang dikenal baik dan dapat dipercaya dan diterima oleh oara pihak yang berkonflik. Esensi dari definisi ini adalah bahwa resolusi konflik memerlukan keserasian dan keinginan untuk sama-sama tetap memiliki hubungan baik dimana mediator menjadi komponen pelengkap bersama para pihak.

2. *Autoritative Mediators* yaitu mediator yang berusaha membantu menyelesaikan konflik dengan cara membuat para pihak merasa sama-sama kuat dan seimbang sehingga para pihak memiliki potensi dan kapasitas untuk memengaruhi hasil akhir dari suatu proses mediasi. Peran *Autoritative Mediators* dihormati dan dikehendaki oleh para pihak, ia memiliki pengaruh tetapi tidak mempengaruhi para pihak yang berkonflik agar menyelesaikan konflik sesuai caranya. *Autoritative Mediators* mendorong para pihak yang berkonflik agar secara terbuka mau menyelesaikan konfliknya melalui komunikasi-komunikasi yang intens.

Autoritative Mediators (AM) memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 2.1 *AM Benevolent* yaitu tidak memiliki hubungan dengan para pihak, mencari solusi bagi para pihak, tidak berpihak, dan kemungkinan mempunyai sumber daya untuk membantu pemantauan dan implementasi kesepakatan.
- 2.2 *AM Administrative/ managerial* mediator yaitu memiliki hubungan otoritatif dengan para pihak, mencari penyelesaian yang diupayakan bersama-sama, berwenang memberi saran, dan kemungkinan mempunyai sumber daya untuk membantu pemantauan dan implementasi kesepakatan.
- 2.3 *AM Vested Interested Mediator* yaitu memiliki hubungan dengan para pihak, memiliki kepentingan yang kuat terhadap hasil akhir, turut memikirkan kepentingan diri sebagai mediator dan para pihak, kemungkinan mempunyai sumber daya, dan tekanan untuk membantu pemantauan dan implementasi kesepakatan

3. *Independent Mediators* atau Mediator Mandiri adalah mediator yang menjaga jarak terhadap pihak yang bersengketa atau menjaga jarak dengan persoalan yang dihadapi. Mediator tipe ini banyak ditemukan dalam masyarakat yang telah mengembangkan tradisi kemandirian dan mampu menghasilkan banyak mediator profesional. Mediator Mandiri wajib menjaga jarak antara dirinya dengan para pihak dan materi konflik yang sedang ditanganinya. Penulis berpandangan bahwa pengklasifikasian Mediator ini berhubungan dengan latar belakang dan kemampuan masing-masing mediator dalam melaksanakan tugasnya guna menyelesaikan konflik, baik latar belakang pendidikan, keahlian, maupun alasan sosial. Sebagian Mediator memiliki latar belakang di bidang hukum dan berprofesi sesuai dengan pendidikan formalnya seperti Hakim, atau ada pula yang berlatar pendidikan keahlian sesuai

profesionalitasnya tanpa harus berlatar belakang pendidikan hukum, dan Mediator yang menjalankan tugas karena latar belakang keyakinan dan kepercayaan masyarakat terhadap kearifan dan kemampuannya menyelesaikan konflik, seperti Kepala Adat.

Secara formal, kewajiban bermediasi yang ditengahi oleh Mediator diatur dalam sejumlah Undang-Undang, antara lain yaitu:

- Undang-Undang No 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan hidup
- Undang-Undang No 2 Tahun 2004 tentang Ketenagakerjaan
- Undang-Undang No 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi
- Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang No 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- Undang-Undang No 18 Tahun 1999 tentang Jasa Konstruksi
- Undang-Undang No 14 Tahun 2001 Tentang Paten
- Undang-Undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek

Sebagai bagian dari resolusi konflik yakni *Alternative Dispute Resolution (ADR)*, ADR sering dimaknai sebagai resolusi, terobosan atau alternatif dalam menyelesaikan konflik dengan pengistilahan yang bervariasi seperti manajemen konflik kooperatif, atau penyelesaian konflik diluar pengadilan. Salah satu pertimbangan penting mengapa resolusi konflik memerlukan terobosan khususnya melalui pendekatan komunikasi adalah karena sistem hukum dapat menjadi *borderless* atau tidak terbatas sehingga diperlukan resolusi konflik yang dapat diterima oleh semua pihak, apapun latar belakangnya (Susanti Adi: 2009, 5)

Profesi Mediator dalam tulisan ini menyorot pada perannya sebagai penyelesai konflik yang memiliki keunikan sendiri dimana Mediator diharuskan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, terutama kemampuan mendengar dan posisinya yang wajib netral. Kemampuan berkomunikasi merupakan syarat penting bagi Mediator seperti diatur dalam Pedoman Perilaku Mediator yang diterbitkan oleh Mahkamah Agung RI.

Kajian Teori/ Konsep

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis yang menjelaskan profesi Mediator sebagai profesi yang mengembangkan resolusi konflik, dan bagaimana mempromosikan profesi Mediator sebagai salah satu profesi yang dapat lebih diterima oleh masyarakat, baik gaungnya maupun sebagai cara yang tepat untuk dipilih dalam menyelesaikan konflik dalam kehidupan sosial sehari-hari.

Penulis mengkaji cara mempromosikan profesi Mediator seperti yang dilakukan oleh salah satu lembaga mediasi yang terakreditasi Mahkamah Agung RI yaitu *Jakarta International Mediation Centre (JIMC)* yang beralamat di Plaza Gani Djemat Lantai 7 Jl, Imam Bonjol No 76 Jakarta. Peneliti menerapkan penelitian kualitatif dan model *Defining Advertising Goal for Advertising Measure (DAGMAR)* yang biasa digunakan dalam dunia periklanan atau advertising. Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini adalah wawancara, observasi. (Kriyantono).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profesi Mediator identik dengan resolusi konflik. Tetapi masyarakat belum mengetahui atau memahaminya dengan baik. Peneliti melihat ketidaktahuan masyarakat tentang profesi Mediator disebabkan oleh banyak faktor. Walaupun sebenarnya, profesi Mediator sangat berpeluang dan memiliki tantangan yang menarik dalam menyelesaikan konflik.

Beberapa salah pengertian tentang profesi ini ditemukan dalam pemahaman sebagai berikut:

Juru antara jual beli tanah, kebun, rumah. Di Palangkaraya ditemukan pemahaman sebagian masyarakat tentang pekerjaan mediator sebagai juru antara jual beli.	Orang-orang yang bekerja di dunia advertising dan menjadi perantara dalam proses jual beli media: buying, budgeting, planning,	Salah satu peran peran <i>Public Relations</i> dalam menjembatani hubungan kerjasama atau komunikasi antara korporat dengan pihak ketiga.	Salah satu peran Marketing dalam mencapai tujuan order, target, atau permintaan klien dengan cara menjadi perantara	Bahasa penghalus dari istilah CALO
--	--	---	---	------------------------------------

(Hasil olahan JIMC dan Penulis saat mengadakan Pelatihan Mediator Bersertifikat Terakreditasi Mahkamah Agung RI di Palangkaraya, 2010).

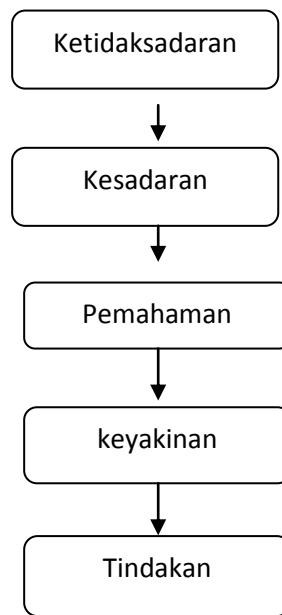
Sementara Profesi mediator yang dimaksud dalam tulisan ini adalah merujuk pada PERMA No 1 Tahun 2016 pasal 1 ayat 3:

Mediator adalah Hakim atau pihak lain yang memiliki Sertifikat Mediator sebagai pihak netral yang membantu para pihak dalam proses perundingan guna mencari berbagai kemungkinan penyelesaian sengketa tanpa menggunakan cara memutus atau memaksakan suatu penyelesaian.

Profesi Mediator dapat dilakoni oleh Hakim atau pihak lain. Pihak lain adalah siapapun yang memiliki Sertifikat Mediator dengan cara yang bersangkutan mengikuti pendidikan dan pelatihan Mediator Bersertifikat 40 Jam sesuai ketentuan dari Mahkamah Agung Republik Indonesia. Pada prakteknya profesi mediator dapat dijalankan oleh Hakim, orang-orang yang memiliki Sertifikat Mediator, dan pihak lain yang dipercaya memiliki kemampuan untuk memediasi.

Penyebab ketidaktahuan profesi mediator ini dapat dicermati berdasarkan konsep tingkatan DAGMAR - *Defining Advertising Goal for Advertising Measure* (Tom Brannan: 42) yaitu

Tabel 4. Model DAGMAR



Model DAGMAR ini menempatkan ketidaktahuan masyarakat terhadap sesuatu nama diri atau identitas seperti merek, *brand*, profesi (profesi Mediator) sebagai alasan pertama mengapa sebuah identitas belum/ tidak dikenal baik di tengah masyarakat. Hal ini berarti telah berkembang **ketidaksadaran** (*un-awareness*) di tengah masyarakat bahwa sebenarnya profesi mediator mungkin ada, mungkin tidak ada, namun masyarakat tidak mengetahuinya sehingga perlu dikembangkan pemahaman-pemahaman yang berkelanjutan dan jitu tentang profesi Mediator. Alasan kedua adalah mengembangkan pemahaman ke arah yang lebih baik sehingga tercipta **kesadaran** (*awareness*) yang berlanjut ke **pemahaman** (*comprehension*) sehingga timbul **keyakinan** (*conviction*) dan diakhiri dengan **tindakan nyata** (*action*) untuk menggunakan jasa Mediator untuk menyelesaikan konflik.

Salah satu cara mengampanyekan profesi Mediator adalah dengan mengadakan pelatihan-pelatihan mediasi ke berbagai daerah di Indonesia. Namun usaha ini juga memiliki kendala khusus, seperti diuraikan oleh Dr Triana Dewi Seroja, SH, M.Hum selaku Sekretaris Jenderal *Jakarta International Mediation Centre (JIMC)* bahwa

“... anggaran untuk promosi profesi mediator cukup besar. Sementara kebutuhan jasa tenaga Mediator masih perlu ditingkatkan. Untuk mengadakan sekali pelatihan mediator, JIMC masih mengandalkan pada kas lembaga dan biaya pendaftaran peserta yang bervariasi antara/ sebesar 5-7 juta rupiah/ orang, tergantung ke kota mana, di kota mana JIMC mengadakan pelatihan tersebut. Jumlah peserta yang relevan adalah minimal 20 orang untuk di luar pulau Jawa. Karena akomodasi dan biaya perjalanan itu sangat urgent. Kalau di bawah 20 orang peserta, JIMC belum bisa melaksanakannya karena pasti akan minus. Di luar itu, JIMC juga harus memperhitungkan sumber dana program karena JIMC memang tidak boleh menggunakan sponsor atau kerjasama komersial. Di masa datang, JIMC juga terus memikirkan bagaimana dapat melaksanakan serangkaian promosi aktif tanpa harus terbebani oleh ketentuan formal tentang etika beriklan...”

(diskusi internal Penulis dengan nara sumber)

Profesi Mediator merupakan profesi yang menyelesaikan konflik dengan pendekatan komunikasi dan memerhatikan kepentingan para pihak. Di dalam Pedoman Perilaku Mediator MA RI 2010, pasal 3 disebutkan bahwa

Dalam menjalankan fungsinya, mediator harus beritikad baik, tidak berpihak, dan tidak mempunyai kepentingan pribadi serta tidak mengorbankan kepentingan para pihak.

Menurut hemat Penulis, pasal ini menyiratkan pentingnya pendekatan komunikasi dalam bentuk itikad baik yang terbukti, *imparsial/* netral, tidak memiliki kepentingan pribadi sama sekali, dan selalu menjaga kepentingan masing-masing pihak yang berkepentingan. Dihubungkan dengan pernyataan di atas, komunikasi merupakan sebuah sistem, dan sistem tersebut adalah kajian yang bersifat multidisipliner yang terkait dengan bidang-bidang lainnya seperti politik, sosiologi, ekonomi, hukum, dan sejarah (Anwar Arifin, 2014:11). Dalam pandangan penulis, konflik dapat berisikan materi-materi beragam. Oleh karena itu, seorang Mediator harus berpandangan luas dalam mencermati materi konflik saat menyelesaikan konflik dengan pendekatan komunikasi yang tepat.

Peran Komunikasi dalam Profesi Mediator

Peran komunikasi dalam profesi Mediator tertuang dalam *Mediator's Skills* yang menempatkan point ke VI untuk Keterampilan Komunikasi yang menyebutkan dengan tegas bahwa Mediator harus menguasai ketrampilan komunikasi dalam wujud komunikasi verbal dan non verbal, kemampuan mendengar yang baik, kepiawaian melakukan *re-framing/* mbingkai ulang kalimat, kehandalan dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang komunikatif, kemahiran reiterasi yakni mengulang pertanyaan untuk meyakinkan, ketepatan untuk menyimpulkan dan membuat catatan, dan bersikap empati serta melakukan humor di situasi dan kondisi yang tepat (*Mediator's Skills*, JIMC Modul: 18)

Bagi Mediator yang bukan berlatar belakang pendidikan formal komunikasi, materi-materi komunikasi ini mungkin dirasakan sebagai sesuatu yang baru dan sulit. Namun pada prakteknya, berkomunikasi bagi seorang Mediator dalam menyelesaikan konflik sudah dilakukan secara alamiah dan mengikuti ketentuan formal. Di meja mediasi, komunikasi yang dilakukan oleh Mediator banyak dipengaruhi oleh komunikasi antarpribadi yang menitikberatkan pada pentingnya hubungan baik antara Mediator dengan para pihak yang berkonflik. Untuk itu, para Mediator selalu menggunakan jarak fisik yang wajar dalam berkomunikasi secara verbal, namun juga harus dapat menangkap hal-hal yang bersifat non verbal yang tersembunyi, tak terkatakan, atau tak terlihat selama proses menyelesaikan konflik dilakukan.

Edward Hall – penemu *proxemics* yaitu penggunaan jarak dalam berkomunikasi mengemukakan bahwa dalam budaya Anglo Amerika, dikenal empat jenis jarak yang harus diperhatikan saat berkomunikasi dengan orang lain ((Litlejohn, 2009: 164) yakni:

Tabel 5. Penggunaan Jarak saat Berkomunikasi

0-8 inci	Hubungan komunikasi yang bersifat intim
1-4 kaki	Hubungan komunikasi yang bersifat pribadi
4-12 kaki	Hubungan komunikasi yang bersifat sosial
Lebih dari 12 kaki	Hubungan komunikasi yang bersifat publik/ massa

Penggunaan jarak ini sangat penting bagi seorang Mediator dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi untuk meresolusi konflik. Keharusan memberi jarak dalam bermediasi menempatkan mediator sebagai komunikator yang menyampaikan pesan resolusi konflik kepada komunikannya. Pada prakteknya, jarak memiliki pengaruh (Litlejohn, 2009: 164)

untuk :

1. Postur yaitu faktor gender yang menunjukkan jenis kelamin dan memengaruhi sikap tubuh saat duduk, posisi dasar, dan , menatap
2. Poros sosial ke luar dan ke dalam yaitu posisi tubuh yang dapat menghidupkan atau bahkan mematikan interaksi komunikasi seperti saling membelakangi, saling berhadapan, saling berinteraksi, atau saling menjauhkan
3. Kinestika atau kedekatan antarindividu yang berhubungan dengan sentuhan fisik untuk menunjukkan keakraban.
4. Komunikasi dengan menyentuh dan merasakan baik secara kebetulan maupun sengaja dengan tujuan positif: mempertegas dan menguatkan.
5. Sandi visual yaitu tradisi budaya kontak mata langsung , mata bertemu mata,
6. Sandi termis – elemen ini melibatkan panas (suasana, hati, fisik) yang diterima dari pelaku komunikasi lainnya
7. Sandi penciuman – jenis dan tingkatan aroma yang diterima dalam percakapan
8. Kebisingan suara – kerasnya suara dapat memengaruhi jarak antar pribadi

Mediator memanfaatkan fungsi jarak secara fisik dan fungsi jarak secara pengaruh seperti disampaikan di atas. Penulis berpandangan bahwa jarak memegang peranan penting dalam menyelesaikan konflik dalam proses mediasi karena turut memengaruhi suasana hati dan fisik para pihak yang berkonflik, dan memberikan dampak apakah suatu konflik dapat diselesaikan dengan cara mediasi dan diakhiri dengan Kesepakatan Perdamaian, atau sebaliknya.

Komunikasi dan resolusi konflik merupakan dua bidang yang saling berkaitan satu sama lainnya karena berhubungan dengan sebab dan musabab konflik terjadi dan cara penanganan konflik yang paling baik bagi para pihak yang berselisih. Profesi yang akrab dengan resolusi konflik adalah Mediator. Mediator menggunakan pola komunikasi *nonviolent communication* atau komunikasi nir kekerasan (komunikasi tanpa kekerasan) dimana komunikasi dibangun seperti sesuatu yang berdiri di tengah-tengah, netral, dan tidak memihak. Komunikasi nir kekerasan terbentuk dalam bentuk pilihan kata, intonasi verbal maupun non verbal. Komunikasi kekerasan adalah cara untuk menyelesaikan konflik paling baik dan kemampuan ini menjadi kewajiban utama Mediator.

Komunikasi kekerasan diartikan sebagai cara berkomunikasi dengan menyingkirkan kekerasan dalam hati dan senantiasa memberi ruang untuk saling memberi dan mendengarkan (Marshall: 2010, 4)

Dengan demikian, resolusi konflik berhubungan dengan profesi Mediator karena di dalamnya tersimpan keharusan Mediator melakukan pendekatan komunikasi sebagai cara menyelesaikan konflik.

PENUTUP

Para praktisi mediator sudah melakukan pendekatan komunikasi sebagai bentuk resolusi konflik dalam koridor profesional. Hal ini diatur dalam *Mediator's Skill* dan Pedoman Perilaku Mediator Mahkamah Agung RI. Dari bentuk komunikasi yang digunakan, komunikasi antarpribadi adalah bentuk komunikasi yang paling diandalkan Mediator dalam menyukseskan mediasi karena kelebihanannya yang persuasif. Pemahaman komunikasi digunakan untuk menyelesaikan konflik mengingat sebagian besar persoalan konflik disebabkan oleh komunikasi. Di sisi lain, kurang tersosialisasinya profesi Mediator dalam meresolusi konflik diantaranya disebabkan oleh kurang beraninya dan terlatihnya Mediator dalam memasarkan diri sendiri sebagai sebuah profesi. Sementara Kitab Etika Pariwisata Indonesia dengan tegas menyatakan bahwa jasa-jasa profesi hanya dapat mengiklankan tentang informasi praktik, jam kerja, dan alamat domisili sesuai kode etik masing-masing (EPI: ragam Iklan). Hal ini dirasakan seperti sebuah pembatasan dan mengakibatkan profesi Mediator hanya diketahui secara terbatas di kalangan praktisi berbasis hukum.

Penyelesaian konflik dengan menggunakan jasa Mediator tetap dimungkinkan dan dipilih, tetapi pada kenyataannya menggunakan jasa mediator bukanlah pilihan favorit, dibandingkan dengan jasa advokat atau lawyer. Padahal jika profesi Mediator dapat lebih menggemakan dan dipilih maka akan banyak pihak seperti para pihak yang berkonflik dan masyarakat luas dapat melihat bahwa komunikasi sesungguhnya juga sebuah amunisi yang dapat digunakan untuk meresolusi konflik dengan cara-cara damai.

Penulis juga menemukan bahwa lembaga-lembaga mediasi yang terakreditasi Mahkamah Agung RI seperti JIMC, telah berupaya keras menginformasikan dan mengampanyekan alternatif-alternatif penyelesaian konflik dalam koridor ADR melalui mediasi walau hasilnya masih harus diperjuangkan. Seperti halnya komunikasi forensik yang kemunculannya menjadi topik menarik dan memiliki nilai kebaruan tinggi, mungkin saja di suatu saat nanti akan berkembang komunikasi mediatif yang secara khusus membahas peran komunikasi sebagai resolusi (penyelesai) konflik.

Penelitian penulis ini bersifat terbuka sehingga akan lebih elok jika ada penelitian lanjutan mengenai profesi mediator dan bentuk komunikasi yang menjadi ciri khasnya agar menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Adi, Susanti Nugroho, 2009, *Mediasi sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Penerbit PT Telaga Ilmu Indonesia, Jakarta

Arifin, Anwar. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali Pers, Jakarta

Branann, *Integrated Marketing Communications*, 2005, diterjemahkan oleh Slamet, Penerbit PPM, Jakarta

Daymon, Christine and Holloway, Immi. 2002. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications*. Yogyakarta. Penerbit Bentang.

Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Salemba Humanika, Jakarta

Kusano, Yoshiro, 2008, *WAKAI Terobosan Baru Penyelesaian Sengketa*, editor TM Luthfi Yazid, Penerbit Grafindo Khazanah Ilmu, Jakarta

Rosenberg, Ph.D., *Non Violent Communication – Komunikasi Tanpa Kekerasan*, 2010, diterjemahkan oleh Alfons Taryadi, PT Elex Media Komputindo, Jakarta

Dokumen

Kitab Etika Pariwara Indonesia (EPI), 2007, Jakarta

Kumpulan tulisan Margono, Suyud & Associates Law Firm, 2010, tentang Undang-Undang Arbitrase & Penyelesaian Sengketa (*Alternative Law of Arbitration & Alternative Dispute Resolution –ADR*), dan Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (*Law of Prohibition Monopolistic Practices & Unfair Business Competition*), Koleksi Perpustakaan Gani Djemat Law Firm, Jakarta

Modul Pelatihan Mediator 40 Bersertifikat Terakreditasi Mahkamah Agung RI Nomor 159/KMA/SK/VIII/2010 Materi 40 Jam dari Jakarta International Mediation Centre, Jakarta, Indonesia

Modul Gakushuin University, *Mediation International Training and Seminars (materi Wakai dan Chotei)*, Tokyo Japan, Oktober 2011.

Pedoman Perilaku Mediator, Mahkamah Agung Republik Indonesia, 11 Februari 2010

Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia No 1 Tahun 2016 Tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan

Website : [www. KBBI.online](http://www.KBBI.online)

ANALISIS ISI BERITA PERNYATAAN KONTROVERSIAL GUBERNUR BASUKI CAHAYA PURNAMA TENTANG ISU PENISTAAN AGAMA PADA MEDIA ONLINE

DARWIS SAGITA

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNTIRTA
Jl. Raya Jakarta KM. 4 Pakupatan Serang - Banten
HP : 08176399246, email : zaghyta_33@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk melihat kecenderungan isi berita media online tentang pernyataan kontroversi isu penistaan agama oleh Gubernur DKI Jakarta, Basuki Cahaya Purnama atau yang akrab dipanggil dengan nama Ahok. Saat Gubernur Ahok menyebutkan atau mengutip Al- Qur'an Surat Al- Maidah ayat 51 dalam sebuah kegiatan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta di Kepulauan Seribu Bulan September 2016. Penelitian dilakukan dengan metode analisis isi kuantitatif, dengan konsep kategori isi berita. Dimana kategori yang dimaksud adalah: topik berita, narasumber berita, dan nada berita. Adapun media online yang diteliti adalah kompas.com dan republika.co.id, dengan batasan waktu penelitian tanggal 7-21 Oktober 2016. Sehingga menghasilkan populasi penelitian pada kompas.com sebanyak 22 berita, sedangkan pada republika.co.id sebanyak 32 berita. Kemudian rumus sampel yang peneliti pilih adalah total sampling, sehingga jumlah keseluruhan yang ada pada kedua populasi merupakan sampel pada penelitian ini. Adapun yang menjadi hasil dari penelitian ini adalah pada kategori topik berita, kompas.com banyak memberikan perhatian terhadap bantahan Ahok terkait penistaan agama sebanyak 19%, Pengawasan Aksi Tolak Ahok oleh Kepolisian 19% dan Pelaporan Ahok agar diadili sebanyak 14%. Sedangkan kategori topik berita pada republika.co.id lebih banyak kepada seruan agar Kepolisian memproses pelaporan masyarakat tentang penistaan agama oleh Ahok sebanyak 38% dan seruan penistaan agama sebanyak 18%. Hasil penelitian kedua pada kategori narasumber adalah pada kompas.com narasumber yang banyak dipilih adalah Ahok 38% dan unsur Kepolisian 25%. Sedangkan pada republika.co.id yang paling banyak menjadi narasumber adalah dari kalangan Organisasi Masyarakat (Ormas) Islam sebanyak 40%. Hasil penelitian terakhir adalah pada kategori nada berita, yaitu pada kompas.com berita yang bernada positif tentang pernyataan Ahok sebanyak 45%, yang bernada negatif sebanyak 23% dan bernada netral 32%. Sedangkan pada republika.co.id yang bernada positif 3%, negative 72% dan netral 25%.

Kata Kunci: *Analisis isi, Isu penistaan Agama, dan Media Online.*

PENDAHULUAN

Media massa adalah bagian dari keseharian kita pada era kekinian, yang menemani sejak kita terbangun dari tidur, beraktivitas hingga kita tertidur kembali di malam hari. Media massa mengalami perkembangan dari setiap zamannya, sejak tercipta dalam bentuk yang sederhana hingga tersentuh teknologi canggih seperti internet.

Media massa merupakan sumber kekuatan atau alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya, hal ini disampaikan oleh Denis McQuail (dalam *Mass Communication Theory: An Introduction*, 1994),. Media yang termasuk kedalam kategori media massa adalah surat kabar, majalah, radio, TV dan film. Kelima media tersebut dinamakan “*The Big Five Of Mass Media*” (lima besar media massa), media massa sendiri terbagi dua macam, media massa cetak (printed media), dan media massa elektronik (electronic media). Yang termasuk media massa elektronik adalah radio, TV, film, termasuk CD. Sedangkan media massa cetak dari segi formatnya dibagi menjadi enam yaitu Koran atau surat kabar, Tabloid, Majalah, Buku, Newsletter dan bulletin.

Pengaruh media pada pembentukan opini masyarakat terbilang signifikan. Jumlah media yang beredar di Indonesia saat ini sangatlah banyak. Koran, majalah, radio, dan televisi merupakan media yang paling banyak dan paling mudah untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Bila dahulu hanya kaum terpelajar serta orang kantoran yang membaca koran serta melihat berita di televisi, maka saat ini kita bisa dengan mudah menemukan tukang becak yang asyik membaca koran sambil menunggu penumpang. Jadi tidak heran bila pengaruh media pada pembentukan opini masyarakat sangatlah besar.

Selain menggunakan media konvensional seperti yang telah dijelaskan diatas, masyarakat perkotaan Indonesia khususnya sangat menggemari konsumsi berita melalui telepon genggam. Persentasenya mencapai 96% yang merupakan angka tertinggi dibandingkan media lain seperti televisi (91%), surat kabar (31%), radio (15%), dan lainnya. Hal ini merupakan temuan dari riset Indonesian Digital Association (IDA) yang didukung oleh Baidu Indonesia, dan dilaksanakan oleh lembaga riset global GfK. Riset yang dilakukan di 5 kota besar di Indonesia selama penghujung tahun 2015 ini mencakup 1521 panelis yang ditanam melalui perangkat mereka dan 775 responden yang dilakukan *interview* langsung.

Tren proliferasi konsumen juga tercermin dari kategorisasi konten yang bervariasi terhadap profil pembacanya. Kelompok usia yang lebih muda cenderung lebih menyukai konten yang bersifat ringan, terutama hiburan. Sementara di usia yang lebih mapan, pembaca mulai menyukai konten yang lebih serius, seperti politik, isu sosial, dan agama. Dari sisi gender, pembaca wanita cenderung menyukai konten hiburan, kecantikan, dan fesyen, sementara responden pria paling lebih sering mengkonsumsi isu sosial, politik, dan olah raga.

Pembaca Indonesia lebih menyukai berkunjung ke situs yang menyuguhkan berbagai tipe konten (sebanyak 83%) dibandingkan dengan situs yang spesifik membahas kategori konten tertentu (17%). Hal ini juga kemungkinan berhubungan dengan lanskap pemain lokal yang didominasi oleh situs berita umum. Untuk menuju ke situs tersebut, cara yang dilakukan juga beragam, mulai dari mesin pencari (31%), kanal di situs itu sendiri (28%), media sosial (24%), langsung ke halaman muka (10%), dan lainnya (www.ida.or.id)

Salah satu konten yang dikutip pada data diatas adalah politik, dimana pada media online konten politik semakin banyak diminati terutama pada masa menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala Daerah. Namun terlepas dari momen pemilihan umum atau kepala daerah, masalah politik juga mendapat porsi perhatian, seperti pada masalah konflik yang bersinggungan diantara pejabat. Mengikuti adagium *bad news is good news*, berita konflik selalu menjadi bahan berita yang dicari oleh awak media. Hal ini sejalan dengan peran media di masyarakat yang menganut sistem politik demokrasi (McQuail, 1994), Karena itulah korupsi layak diberitakan, bukan hanya karena memiliki nilai jual sebagai *bad news*

tapi juga sudah merupakan tugas media sebagai penjaga terhadap segala bentuk kemungkinan penyimpangan kekuasaan.

Menurut Taquiri dalam Newstorm dan Davis (1997), konflik adalah suatu perselisihan atau perbedaan paham antara seseorang pada orang lain atau seseorang pada kelompok dan sebaliknya hingga melahirkan ketidakharmonisan dalam komunikasi organisasi. Dalam pengertian luas, konflik juga dapat dikatakan sebagai segala macam bentuk hubungan antar manusia yang bersifat berlawanan (antagonistik).

Menurut Gibson dalam Newstorm dan Davis (1997:437), konflik dapat terjadi jika masing-masing komponen organisasi memiliki kepentingan atau tujuan sendiri-sendiri dan tidak bekerjasama satu sama lain. Permasalahan konflik kekuasaan yang diangkat melalui media massa baik itu berupa tema diskusi atau kasus korupsi menjadi perhatian masyarakat pada saat ini. Berbicara tentang menyampaikan informasi, mungkin pada aspek ini kita akan melihat kesamaannya dengan informasi bencana, kecelakaan, perayaan, kegiatan seni dan lain-lain. Artinya beberapa hal tersebut adalah bentuk berita yang menyampaikan informasi yang terjadi pada masyarakat, dengan kata lain sebatas merekam suatu kejadian yang bisa jadi tidak terencana sama sekali.

Seperi momen ramainya pemberitaan tentang persetujuan Gubernur Basuki Tjahaya Purnama dengan DPRD, atau anggota DPRD, H. Lulung pada tahun 2015. Selain itu persetujuan antar pejabat dengan masyarakat pun mendapat perhatian dalam pemberitaan, seperti yang diteliti oleh Devita Miranti Yogi Parameswari dengan judul Analisis Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama Terkait Isu Penertiban PKL di Tanah Abang pada Media kompas.com dan viva.co.id. (<http://e-journal.uajy.ac.id/>).

Menarik untuk melihat lebih jauh terkait pejabat tertentu yang sering kali berkonflik, bukan hanya dengan pejabat lainnya melainkan juga dengan masyarakat. Dari dua contoh konflik kita bisa melihat pelaku konflik yang sama adalah Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaya Purnama atau yang akrab disapa Ahok.

Kemudian yang terjadi hari ini lebih banyak menarik perhatian publik, yaitu ketika Ahok mengatakan bahwa masyarakat dibohongi Al-Qur'an Surat Al-Maidah, seperti yang ditulis pada berita media online republika.co.id dengan judul "Video Ahok: Anda Dibohongi Alquran Surat Al-Maidah 51 Viral di Medsos" (republika.co.id, 6 Oktober 2016).

Dimana setelah informasi ini menjadi konsumsi khalayak karena diangkat oleh berbagai media, hingga hari ini pemberitaan terkait hak ini terus bergulir. Baik itu mengangkat isu penistaan agama hingga terjadinya aksi massa yang cukup besar pada tanggal 14 Oktober 2016. Dikatakan masih terus bergulir, dikarenakan aksi massa masih akan berlanjut pada tanggal 4 November 2016.

Menarik bagi peneliti untuk melihat lebih jauh isi berita yang banyak memberitakan terkait dengan isu penistaan agama dalam pernyataan Gubernur Basuki Tjahaya Purnama. Jika pada dua kasus konflik yang sudah dibahas sebelumnya adalah kasus kontroversi yang melibatkan Gubernur Ahok pada masa pemerintahan normal, namun kali ini terjadi ketika hampir memasuki masa kampanye pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017 dimana Ahok menjadi salah satu calon Gubernur dari unsur petahana.

Terlepas dari latar belakang waktu diatas, isu kali ini lebih sensitif yaitu penistaan agama Islam, yang menjadi agama mayoritas di Indonesia. Menjadi menarik terkait isu menjelang pemilihan kepala daerah dan isu penistaan agama terjadi pada suatu konflik pada momentum yang bersamaan. Bagaimana isi berita mungkin akan bersentuhan dengan kepentingan dua latar belakang tersebut. Maka peneliti memilih untuk meneliti isi berita

dengan melihat kategori topik berita, narasumber dan nada berita. Adapun media yang dipilih adalah media online yaitu: kompas.com dan republika.co.id.

TINJAUAN PUSTAKA

Kontroversi

Kontroversi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perdebatan, persengketaan atau pertentangan. Artinya pada penelitian ini kontroversi diarahkan pada pernyataan dari Gubernur Basuki Tjahaya Purnama yang mengutip atau mengatakan tentang Al-Qur'an, Surat Al- Maidah:51 dengan memunculkan kata "dibohongi", pada suatu pidato dihadapan masyarakat Pulau Seribu, Jakarta.

Penistaan Agama

Menurut Undang- Undang Pasal 1 Undang- Undang Nomor 1 PNPS/1965 Tentang Pencegahan Penyalahgunaan dan/atau Penodaan Agama bahwa penistaan agama adalah:

“Setiap orang dilarang dengan sengaja di muka umum menceritakan, menganjurkan, dukungan umum, untuk melakukan penafsiran tentang sesuatu agama yang dianut di Indonesia atau melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan yang menyerupai kegiatan-kegiatan keagamaan dari agama itu, penafsiran dan kegiatan mana menyimpang dari pokok-pokok ajaran agama itu”.

Maka peneliti mengarahkan pengertian penistaan agama pada penelitian ini adalah adanya isu penafsiran yang tidak tepat, sehingga dikatakan merendahkan nilai-nilai suatu agama yang dilakukan oleh Gubernur Basuki Tjahaya Purnama dalam pidatonya pada masyarakat Kepulauan Seribu, Jakarta.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan teknik analisis isi. Metode Deskriptif ialah suatu metode yang meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Whitney mendefinisikan metode deskriptif sebagai pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat (Nazir, 1988:62). Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara dalam masyarakat dan situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Nazir ,1988 : 63). Penelitian deskriptif seringkali terjadi karena suatu peristiwa yang menarik perhatian penelitian yang bertindak sebagai pengamat dengan cara membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasinya.

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik penelitian analisis isi. Teknik analisis isi merupakan teknik penelitian untuk melukiskan isi komunikasi yang nyata

secara deskriptif, sistematis dan kuantitatif. Menurut Krippendorff analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru dan sah data dengan memperhatikan konteks.

Berelson menggambarkan Analisis Isi sebagai teknik penelitian untuk melukiskan isi komunikasi nyata secara objektif, sistematis dan kuantitatif (Berelson, Stempel III, 1983 : 8). Menurut Stempel ada empat tahapan yang dilakukan dalam penelitian Analisis Isi yaitu : Pemilihan Satuan Analisis, Konstruksi Kategori, Penarikan Sampel isi dan Reliabilitas Koding.

Pemilihan Satuan Analisis

Satuan analisis adalah unsur dari isi pesan yang hendak diteliti. Stempel mengatakan isi komunikasi yang nyata berarti isi yang tersurat. Ada beberapa cara untuk mengukur isi surat kabar. Berelson menyarankan lima metode yaitu : Kata-kata, tema-tema, sifat-sifat, hal-hal atau satuan ruang. Menurut pendapat penulis hal-hal atau satuan ruang cocok untuk keperluan studi ini. Isi tersurat dari setiap rubrik surat pembaca dihitung menurut frekuensi penampilannya dalam batas-batas penggolongan dan kategori yang lebih dulu ditetapkan. Metode pengukuran sifat-sifat isi yang paling banyak dipakai adalah frekuensi yang mencatat setiap kejadian dari sifat tertentu (Holsti, 1969 : 122).

Konstruksi Kategori

Konstruksi kategori merupakan semacam alat yang digunakan untuk mengupas permasalahan dalam penelitian. Kategori yang dibuat berfungsi memilah isi pesan yang tersurat menjadi gambaran (berupa data) yang dapat dianalisa untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Kategorisasi merupakan langkah yang penting sekali dan harus mengikuti aturan-aturan yang ada. Untuk menciptakan seperangkat kategori-kategori, menurut Stempel ada tiga hal yang perlu dipertimbangkan :

- (1) Kategori-kategorinya harus relevan dengan tujuan-tujuan studi,
- (2) kategori-kategorinya hendaklah fungsional, dan
- (3) sistem kategori-kategorinya harus dapat dipakai.

Konstruksi Kategori pada penelitian ini adalah perihal Perspektif Pemberitaan (Suroso, 2002: 29) mengatakan bahwa perspektif pemberitaan dalam surat kabar antara lain adalah perspektif pro masyarakat, perspektif netral, dan perspektif pro yang lain.

1. Perspektif pro masyarakat adalah sudut pandangan dalam melihat dan melaporkan suatu peristiwa didasari oleh nilai keyakinan, ide dan pandangan dari masyarakat.
2. Perspektif netral adalah sudut pandang dalam melihat dan melaporkan suatu peristiwa yang didasari oleh sikap wartawan yang akomodatif dan netral terhadap semua pihak yang terlibat dalam wacana berita, yakni masyarakat di satu sisi dan masyarakat di pihak lain.
3. Perspektif pro yang lain adalah sudut pandang dalam melihat dan melaporkan suatu peristiwa yang didasari sikap wartawan yang pro dengan golongan, institusi atau pihak tertentu.

Dalam penelitian terhadap analisis isi berita pernyataan kontroversial Gubernur Basuki Cahaya Purnama tentang isu penistaan agama ini diinterpretasikan menggunakan tiga indikator yang ada yaitu topik, narasumber dan nada pemberitaan. Topik merupakan langkah awal untuk menuju pada topik awal dalam pemberitaan keseluruhan. Ketika telah masuk dalam pemberitaan secara keseluruhan, selalu akan dijumpai narasumber, biasanya orang

yang terlibat dalam peristiwa. Narasumber ini digunakan sebagai alat pelacak untuk menangkap perspektif pemberitaan.

Indikator ketiga yaitu nada pemberitaan. Dalam melaporkan suatu peristiwa, wartawan secara sadar maupun tidak sadar memberikan penilaian sebagai ekspresi dari apa yang diyakininya. Penilaian dalam surat kabar dapat berupa mendukung atau memihak (seperti pujian, simpati, suka, setuju, menerima), sikap tidak mendukung atau tidak memihak (seperti sinis, antipati, tidak suka, tidak setuju, menolak), dan sikap netral yang tidak memihak atau mendukung. Nada pemberitaan merupakan representasi wartawan yang didasari ideologi, pengetahuan, gagasan, dan keyakinan yang dimiliki pribadi wartawan maupun intuisinya.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan (Nazir, 1988 : 325). Populasi merupakan kumpulan objek penelitian (Rakhmat, 1995 : 106). Populasi merupakan sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya (Sudjana, 1982:5). Populasi atau objek dalam penelitian ini adalah pemberitaan mengenai pernyataan kontroversial Gubernur Basuki Cahaya Purnama tentang isu penistaan agama di media online kompas.com dan republika.co.id, 7-21 Oktober 2016 yaitu sebanyak 54 berita .

Sampel

Sampling adalah proses menyeleksi populasi yang ada untuk dapat mewakili populasi (Nursalam, 2008). Sampel dimaksudkan untuk menggambarkan karakteristik dari suatu populasi. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah non probabilitas sampling dengan jenis total sampling yaitu seluruh populasi diambil untuk dijadikan sebagai sampel.

HASIL PENELITIAN

Pemberitaan Pada Media Online kompas.com

Kompas.com merupakan media yang diklasifikasikan sebagai media online nasional. Seperti halnya republika.co.id, dalam pemberitaannya Kompas juga lebih menonjolkan berita ekonomi dan politik. Berkaitan dengan penelitian ini, yaitu melihat sejauh mana kompas.com menuliskan pemberitaan mengenai pernyataan kontroversial Gubernur Basuki Cahaya Purnama tentang isu penistaan agama yang difokuskan pada 7-21 Oktober 2016 sebanyak 22 (dua puluh dua) berita. Dengan Rekapitulasi berita dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Berita Mengenai Pernyataan Kontroversial Gubernur Basuki Cahaya Purnama Tentang Isu Penistaan Agama yang difokuskan pada media online kompas.com tanggal 7-21 Oktober 2016

No	Hari/Waktu Terbit	Judul Berita
1	Selasa,11/10/2016/22.40 WIB	Lakukan Kajian, Ini pendapat MUI soal Pernyataan Ahok
2	Senin,10/10/2016/ 17.19 WIB	GP Ansor DKI Berharap Ahok Jadikan Kasus Pengutipan Ayat sebagai Pelajaran
3	Senin, 10/10/2016/ 09.38 WIB	Ahok Berjanji Tak akan Lagi Kutip Ayat Kitab Suci
4	Jumat,7/10/2016/ 10.22 WIB	Ahok Bantah Menghina Kitab Suci

5	Kamis,6/10/2016/ 2010 WIB	Pimpinan Pusat Pemuda Muhammadiyah Berencana Laporkan Ahok Ke Polisi
6	Selasa, 11/10/2016/14.17 WIB	Sebelum Simpulkan Ada Unsur Pidana, Polisi Akan Lihat Video Ahok Secara Utuh
7	Jumat,7/10/2016/ 11.48 WIB	Bareskrim Akan Tindak Lanjuti Laporan terhadap Ahok
8	Senin,10/10/2016/11.57	Polda Metro Limpahkan Laporan Dua Organisasi yang Laporkan Ahok ke Polri
9	Minggu,9/10/2016/ 17.02 WIB	Djarot : Komentar Ahok soal Ayat Suci Jadikan Pembelajaran Politik
10	Kamis, 6/10/2016/20.51 WIB	Kata Ahok, Lawan Politik yang Buat Videonya Kutip Ayat Suci Jadi "Viral"
11	Jumat,7/10/2016/ 21.29 WIB	Kecewanya Adik Uje yang Laporkan Ahok, tetapi Ditolak Polisi
12	Jumat, 7/10/2016/ 11.35 WIB	Pengeditan Video Ahok yang Kutip Ayat Suci Dinilai Bisa Kena Pasal Kampanye Hitam
13	Jumat, 7/10/2016/ 11.14 WIB	Ahok: Ini Menyebarkan Kebencian, Bilang Ahok Perlu Dijaram
14	Jumat, 21/10/2016/ 13.37 WIB	Persiapkan Cuti Kampanye, Ahok Beli Mobil Bekas
15	Kamis, 20/10/2016/ 19.20 WIB	Lalu Lintas Sempat Macet Saat Ahok Resmikan Taman di Jalan Diponegoro
16	Kamis, 20/10/2016/ 10.41 WIB	Tidak Ada Sophia Latjuba, Kini Veronica yang Temani Ahok Resmikan RPTRA
17	Kamis, 20/10/2016/ 21.23 WIB	Ahok: Banyak yang protes Trotoar RSCM Diperlebar
18	Jumat,21/10/2016/ 21.48 WIB	Ahok : Sayang Sekali kalau Jakarta Rusak Hanya Gara-gara Kursi Gubernur
19	Selasa/18/10/2016/ 18.51 WIB	Ahok : Gubernur Jakarta Jabatannya Baru Berakhir pada Oktober 2019
20	Sabtu, 22/10/2016/ 12.37 WIB	Ahok: Tak Punya Surat Kesehatan Gigi, Anak Tak Boleh Daftar Sekolah
21	Rabu, 28/09/2016/ 10.18 WIB	Saat Anak SD Kerubuti dan Minta TandaTangan Ahok
22	Minggu,18/10/2015/ 14.09	Ahok Akan Cabut KJP Pelajar Jakmania Perusuh

Pemberitaan Media Online republika.co.id

Republika.co.id merupakan media online yang diklasifikasikan sebagai media online nasional. Seperti halnya kompas.com, dalam pemberitaannya juga lebih menonjolkan berita ekonomi dan politik. Berkaitan dengan penelitian ini, yaitu melihat sejauh mana republika.co.id menuliskan isi berita tentang isu penistaan agama, yang difokuskan pada terbitan 7 - 21 Oktober 2016. [Republika.co.id](http://republika.co.id) lebih banyak dibandingkan dengan kompas.com dalam menuliskan berita tentang isu penistaan agama oleh Gubernur Ahok, yaitu sebanyak 32 (dua puluh dua) berita. Dengan Rekapitulasi berita dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 2. Rekapitulasi Media Online republika.co.id Tanggal 7-21 Oktober 2016 tentang Isu Penistaan Agama oleh Gubernur Basuki Tjahaya Purnama

No	Hari/ TanggalTerbit	Judul Berita
1	Jumat, 21/10/2016/ 08.39 WIB	Demo Ahok Hari Ini Serentak Usai Shalat Jumat di Berbagai Daerah
2	Jumat, 21/10/2016/ 15.58 WIB	JK Samakan Ahok dengan Trump
3	Jumat, 21/10/2016/ 13.34 WIB	Kunjungan Ahok di Tebet Barat Disambut Demonstrasi
4	Jumat, 21/10/2016/ 17.46 WIB	Tak Ada Dasar Hukumnya, KasusAhok tak Bisa Ditangguhkan
5	Jumat, 21/10/2016/ 15.49 WIB	Soal Penistaan Agama, JK Ingatkan Ahok tak Asal Bicara

6	Jumat, 21/10/2016/ 17.25 WIB	Ormas se-Malang Raya Tuntut Ahok Segera Diadili
7	Jumat,21/10/2016/ 16.47 WIB	Massa Ormas Islam Jabar Demo Tuntut Ahok Dipidana
8	Jumat, 21/10/2016/ 15.18 WIB	Jika tak Dilakukan Jelang Pilkada, Reaksi Umat Islam akan Sama
9	Kamis, 20/10/2016/ 21.59 WIB	Pakar Hukum; Ahok Bisa Bebas Jika Dinyatakan Gila oleh Ahli
10	Kamis,20/10/2016/ 17.53 WIB	Eggi Sudjana Kritisi Bareskrim yang tak Kunjung Periksa Ahok
11	Kamis,20/10/2016/ 17.26 WIB	Sebelum Insiden Pulau Seribu, Ahok Sudah Dilaporkan Hina Al Maidah
12	Kamis, 20/10/2016/ 18.24 WIB	Negara Bisa Rusak karena Aparat tak Memprotes Penistaan Agama
13	Kamis, 20/10/2016/ 16.48 WIB	ICMI : Beri Kepercayaan Kapolri untuk Proses Kasus Al Maidah
14	Kamis,20/10/2016/ 16.27 WIB	Ahmad Dhani : Indonesia akan Utuh Bila Ahok Dipenjara
15	Kamis, 20/10/2016/ 16.17 WIB	HMI- KAHMI Sulsel Minta Ahok Diproses Hukum
16	Kamis, 20/10/2016/ 16.16 WIB	Bareskrim Tagih Hasil Uji Puslabfor Soal Video Al Maidah 51
17	Kamis, 20/10/2016/ 14.52 WIB	Keputusan Resmi ICMI Soal Ahok tak Terkait Pilgub DKI
18	Kamis, 20/10/2016/ 09.21 WIB	MUI tidaka kan Mencabut Sikapnya kepada Ahok
19	Rabu,19/10/2016/ 17.59 WIB	Angkatan Muda Muhammadiyah Tagih Janji Kapolri Memproses Ahok
20	Rabu,19/10/2016/ 14.28 WIB	Soal Al Maidah, MS Kaban: Adili Ahok demi NKRI Berdaulat
21	Rabu,19/10/2016/ 10.28 WIB	Mahendradatta : Penundaan Kasus Ahok Pelanggaran Konstitusi
22	Rabu, 19/10/2016/ 10.08 WIB	Jawaban FPI Soal Ahok Jabat Tangan Habib Rizieq
23	Rabu, 12/10/2016/ 08.29 WIB	Keputusan Resmi MUI Soal Ahok, Ini Tanggapan Yusuf Mansur
24	Rabu, 12/10/2016/ 07.44 WIB	Usai Keputusan Resmi MUI, IPW Desak Polisi Segera Periksa Ahok
25	Rabu, 12/10/2016/ 07.03 WIB	Muslim Jakarta Diajak Jadi Pejuang Al Maidah 51
26	Selasa, 11/10/2016/ 22.39 WIB	FadliZon : Proses Hukum Dugaan Penistaan Agama Dilanjutkan
27	Selasa, 11/10/2016/ 21.58 WIB	Mau Diputar Berapakali Pun Isi Video Ahok Itu Penistaan Agama
28	Selasa, 11/10/2016/ 21.39 WIB	Wakil Ketua DPR: Penegakan Hukum Kasus Ahok Harus Jalan Terus
29	Selasa, 11/10/2016/ 21.17 WIB	Guntur Romli: BuniYani Haters Ahok
30	Selasa, 11/10/2016/ 20.51 WIB	Al Irsyad: Kasus Ahok tak Selesai dengan Permintaan Maaf
31	Selasa, 11/10/2016/ 18.25 WIB	Polri Harus Independen Tangani Kasus Dugaan Penistaan Agama Ahok
32	Selasa, 11/10/2016/ 16.06 WIB	Ini Tanggapan Resmi MUI Soal Pernyataan Ahok tentang Al Maidah 51

PEMBAHASAN

Analisis Isi Berita dengan Kategori Topik Berita pada Media Online *kompas.com* dan *republika.co.id*

Berita terkait penistaan agama oleh Gubernur Basuki Tjahaya Purnama, yang akrab dipanggil Ahok ketika dianalisis dengan kategori topik berita terlihat pada dua aspek yang berbeda pada media online *kompas.com* dan *republika.co.id*. Dimana seperti tergambar pada grafik diatas bahwa pada *kompas.com* pada topik berita lebih banyak mengangkat tentang bantahan Gubernur Ahok sebesar 19% dan Persiapan pihak Kepolisian dalam mengamankan aksi yang dilakukan pada tanggal 14 Oktober 2016 sebesar 19% pula . Sedangkan *republika* banyak berfokus pada perihal pelaporan Gubernur Ahok yang dianggap telah menistakan agama Islam sebanyak 38%, melebihi isi berita yang mengangkat isu penistaan agama itu sendiri sebanyak 18%.

Dengen keterangan kecenderungan topik berita diatas, dapat dikatakan bahwa *kompas.com* lebih memilih melihat isu penistaan agama dari persepsi Gubernur Ahok yang membantah. Tanpa banyak mengambil topik berita tentang kemungkinan terjadinya penistaan agama Islam oleh Gubernur Ahok. Disisi lain, *kompas.com* juga cukup memperhatikan bagaimana kesiapan Kepolisian menjelang dilakukannya aksi massa pada tanggal 14 Oktober 2016. Tanpa banyak memperhatikan kesiapan aksi dengan topik berita penyelenggara atau peserta aksi.

Sementara pada media online *republika.co.id* banyak memilih topik pada kegiatan pelaporan Gubernur Ahok kepada Kepolisian dari berbagai pihak. Yang menarik adalah topik berita ini lebih banyak dibandingkan dengan diangkatnya isu penistaan agama Islam. Artinya *republika.co.id* seperti lebih tertarik untuk melihat bagaimana keberlanjutan dari isu penistaan agama, melihat tindak lanjut setelah ramainya isu penistaan agama diketahui masyarakat.

Analisis Isi Berita dengan Kategori Narasumber Pada Media Online *kompas.com* dan *republika.co.id*

Pada kategori penelitian narasumber berita *kompas.com* seperti terlihat pada data hasil penelitian diatas, dapat dikatakan bahwa *kompas.com* banyak memilih sudut pandang Gubernur Ahok dan Kepolisian. Gubernur Ahok yang dilaporkan pada isu penistaan agama diberikan porsi narasumber cukup besar sebesar 38%, namun tidak demikian pada porsi narasumber dari unsur yang melaporkan. Dan hal ini tentu saja sangat kontradiktif ketika dibandingkan hasil penelitian pada media online *republika.co.id*. Dimana *republika.co.id* sebaliknya, lebih memilih sudut pandang berita dari unsur yang melaporkan isu penistaan agama oleh Gubernur Ahok, yang didominasi oleh Organisasi Masyarakat (ORMAS) Islam dengan frekuensi kemunculan sebanyak 40% .

Hal menarik lainnya adalah ketika *kompas.com* juga cukup banyak melihat narasumber dari unsur Kepolisian sebanyak 25%, dimana narasumber dari polisi banyak diwawancarai dalam dua hal yaitu terkait dengan penjagaan aksi 14 Oktober dan pernyataan menerima laporan terkait isu penistaan agama oleh Gubernur Ahok.

Analisis Isi Berita dengan Kategori Nada Berita Pada Media Online *kompas.com* dan *republika.co.id*

Pada kategori nada berita ini, ada perbedaan yang sangat signifikan antara dua media online yang diteliti. Pada nada berita positif tentang Gubernur Ahok sangat terlihat besar frekuensi kemunculannya pada *kompas.com* yaitu sebesar 45%, dibandingkan pada *republika.co.id* yang hanya sebesar 3%. Hal ini tentu saja memunculkan kontradiktif yang sangat jelas antara kedua media. Dapat dikatakan bahwa *kompas.com* secara subjektifitas dari perspektif wartawannya memiliki keberpihakan terhadap Gubernur Ahok. Seperti yang digambarkan pada kutipan konstruksi kategori penelitian ini, dimana nada pemberitaan merupakan representasi wartawan yang didasari ideologi, pengetahuan, gagasan, dan keyakinan yang dimiliki pribadi wartawan maupun intuisinya (Suroso, 2002: 29). Begitupun sebaliknya sedikit sekali frekuensi kemunculan nada berita positif tentang Gubernur Ahok pada *republika.co.id* juga mencerminkan subjektifitas wartawan *republika.co.id* yang mewakili institusinya.

KESIMPULAN

1. Media online *kompas.com* lebih banyak mengangkat topik tentang bantahan Gubernur Basuki Tjahaya Purnama terkait isu penistaan Agama yang ditujukan kepadanya, dan juga banyak mengangkat topik kesiapan pengamanan aksi massa pada tanggal 14 Oktober 2016 oleh Kepolisian. Sedangkan *republika.co.id* lebih banyak mengangkat topik berita tentang pelaporan isu penistaan agama oleh Gubernur Basuki Tjahaya Purnama oleh berbagai pihak, dibandingkan mengangkat topik isu penistaan agama itu sendiri.
2. Media online *kompas.com* lebih banyak memilih narasumber terkait isu penistaan Agama dari sudut pandang Gubernur Basuki Tjahaya Purnama, yang notabennya sebagai pihak yang diadukan oleh berbagai kelompok masyarakat pada isu tersebut. Sedangkan *republika.co.id* sebaliknya, lebih memilih narasumber dari berbagai Ormas Islam yang notabennya sebagai pihak pengadu atas isu penistaan agama oleh Gubernur Basuki Tjahaya Purnama.
3. Media online *kompas.com* dalam pemberitaannya terkait isu penistaan agama oleh Gubernur Basuki Tjahaya Purnama lebih banyak menuliskan beritanya dengan nada positif terhadap Gubernur Basuki Tjahaya Purnama, dan ini berbanding terbalik dengan *republika.co.id* yang lebih mendominasi beritanya dengan nada negatif terhadap Gubernur Basuki Tjahaya Purnama terkait isu tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ancok, D dan Suroso, N F. 2008. Psikologi Islam. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Berelson, Bernard. 1983. Analysis Research. New York: Hafner Press

Davis, Keith dan John W., Newstorm.1994 , Perilaku Dalam Organisasi, Alih Bahasa Agus Dharma, Erlangga, Jakarta.

Holsti, Ole R. 1969. Content Analysis for the Social Science and Humanities. Reading,

Massachusetts : Addison – Westley Pub lishing.

McQuail, Dennis. 1994. *Mass Communication Theory : An Introduction*. London. Sage Publications.

Nazir, Moh., 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia.

Rakh Nana Sudjana dan Ahmad Rivai. (2001). *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru.

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

Sumber Lain:

<http://e-journal.uaij.ac.id/>

republika.co.id

Undang- Undang Pasal 1 Undang- Undang Nomor 1 PNPS/1965

www.ida.or.id

KOMUNIKASI DAN KEARIFAN LOKAL
Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Realitas Warga Penganut Aliran
Islam Aboge (Alif Rebo Wage)
Di Desa Sidareja Banjarnegara – Jawa Tengah

PRAMONO BENYAMIN, IWAN KOSWARA

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi realitas hidup warga penghayat aliran Islam Aboge, termasuk didalamnya motif sesudah menjadi penganut aliran Islam Aboge, konsep diri sebagai warga penganut Aliran Islam Aboge dan makna ajarannya. Selain itu untuk memahami Makna Simbol dalam ritual Aliran Islam Aboge yang dilakukan warga penghayat aliran Islam Aboge. Subjek penelitian adalah para penganut aliran Islam Aboge yang berjumlah 5 orang.

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Penelitian kualitatif ini secara luas menggunakan penggunaan interpretatif dan kritis pada masalah masalah sosial, penelitian kualitatif ini lebih memfokuskan dirinya pada makna subjektif, konsep diri, pendefinisian, metafora dan deskripsi pada kasus kasus yg spesifik.

Setelah dilakukan penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal seperti motif seseorang menjadi penganut aliran Islam ABOGE adalah motif mempertahankan nilai nilai budaya, motif mendalami keyakinan dengan sebenar benarnya, motif ketenangan hidup dan motif hidup rukun adil sejahtera dalam bernegara. Pada prosesnya motif motif tersebut dapat ditemukan pada seseorang semenjak kecil, pendatang atau seseorang yang masuk kemudian setelah sebelumnya memiliki kepercayaan.

PENDAHULUAN

Penelitian mengenai penganut aliran Islam bukanlah hal yang baru dalam hal ilmu pengetahuan, penelitian tersebut biasa dilakukan dalam studi antropologi, karena dalam kajiannya berkaitan dengan budaya atau studi teologi biasa mengkaji dari sisi agama.

Akan tetapi studi mengenai Aliran Islam dalam konteks studi komunikasi masih sangat jarang dilakukan. Maka dari itu penulis mencoba mengkaji Aliran Islam Aboge dalam hal ini menjadi subjek adalah Aliran Islam Aboge dalam studi komunikasi dengan pendekatan fenomenologi.

Berdasarkan uraian tadi penulis menganalisis aktivitas sosial melalui pengamatan langsung atau individu dalam situasi dan kondisi yang alami dengan tujuan mencapai pemahaman dan penafsiran bagaimana individu menciptakan dan memelihara dunia mereka. Oleh karena itu mengacu pada asumsi utama dari paradigma interpretif, bahwa individu secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka dengan memberikan makna pada apa yang mereka lihat dan rasakan.

Peneliti tidak bermaksud melihat fenomena warga Aliran Islam Aboge dari konteks dibandingkan dengan agama, namun tertarik melihat warga penganut Aliran Islam Aboge sebagai individu yang unik menjalani pengalaman sebagai pribadi yang memiliki

kepercayaan yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Kesadaran dan tingkah laku yang menjadi cermin pemahaman ajarannya, dalam hal ini jelas akan memunculkan motif lainnya yang dialami individu Littlejohn (1990;199) mendefinisikan fenomenologi sebagai studi tentang pengalaman yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sesuatu dengan secara mengalami sesuatu tersebut.

Menurut Hegel dalam Moustakas, fenomenologi mengacu pada pengalaman sebagaimana yang muncul pada kesadaran, lebih lanjut ia menjelaskan fenomenologi adalah ilmu menggambarkan apa yang seseorang terima, rasakan dan ketahui di dalam kesadaran langsungnya dan pengalamannya. Diperlukan pengalaman yang mendasar mengenai Aliran Islam Aboge bagi para pengikutnya. Dengan pemahaman terhadap dunia kehidupan warga penganut Islam Aboge, maka masyarakat dan pihak-pihak terkait diluar subjek diharapkan dapat memahami realitas warga Penganut Islam Aboge.

Berdasarkan pemaparan di atas, jika dilihat menurut pandangan yang bersifat interpretatif atau fenomenologis, penganut ISLAM ABOGE adalah “Aktor Kehidupan” yang memiliki hasrat, harapan dan kehidupan sendiri yang unik. Peneliti mengkaji dengan menggunakan teori Fenomenologi Schutz, untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, perlu diberi face yang diusulkan Schutz diberi nama tindakan in order to motive yang merujuk pada masa yang akan datang dan tindakan because motive yang merujuk pada masa yang akan datang dan tindakan because motive yang merujuk pada masa lalu (Schutz 1967:87)

Fenomena tentang Aliran Islam Aboge sangat berkaitan erat dengan pemaknaan penganut Aliran Islam Aboge terhadap ajarannya. Pemaknaan diri seseorang adalah hal pokok yang mempengaruhi sudut pandang dan interaksi seseorang dengan lingkungannya.

Di Kabupaten Banyumas terdapat ratusan penganut Islam Aboge yang tersebar di sejumlah desa, antara lain Desa Cibangkong (Kecamatan Pekuncen) Desa Kracak (Ajibarang), Desa Cikakak (Wangon), dan Desa Tambak negara (Rawalo). Selain itu, di Desa Onje, Kecamatan Mrebet, Kabupaten Purbalingga, juga terdapat ratusan penganut Islam Aboge. Penganut Islam Aboge atau Alife Rebo Wage (A-bo-ge) merupakan penganut aliran yang diajarkan Raden Rasid Sayid Kuning.

Perhitungan yang dipakai aliran Aboge telah digunakan para wali sejak abad ke 14 dan disebarluaskan oleh ulama Raden Rasid Sayid Kuning dari Pajang. Para penganut Islam Aboge meyakini, dalam kurun waktu delapan tahun atau satu windu terdiri dari tahun Alif, Ha, Jim Awal Za, Dal, Ba/Be, Wawu, dan Jim Akhir serta dalam satu tahun terdiri 12 bulan dan satu bulan terdiri atas 29-30 hari dengan hari pasaran berdasarkan perhitungan jawa, yakni Pon, Wage, Kliwon, Manis (Legi), dan Pahing. Dalam hal ini, hari dan pasaran pertama pada tahun Alif jatuh pada Rabu Wage (Aboge), tahun Ha pada Ahad/ minggu pon (Hakadpon), tahun Jim Awal pada Jumat Pon (jimatpon), tahun Za pada Selasa Pahing (Zasahing), tahun Dal pada Sabtu Legi (Daltugi), tahun Be/Ba pada Kamis Legi (bemisgi), tahun Wawu pada senin Kliwon (Waninwon), dan tahun Jim Akhir pada Jumat Wage (jimatge)

Terkait penetapan 1 Syawal 1432 H, tokoh masyarakat Islam Aboge, Sulam, Kamis (1/9/2011), mengatakan, hal itu berdasarkan cara perhitungan yang telah diyakini sejak ratusan tahun silam menurutnya, penganut aliran Aboge meyakini jika tahun 1432 H merupakan tahun Ba/Be dengan tanggal 1 Muharam jatuh pada hari kamis pasaran Legi

sehingga muncul perhitungan Besmigi (tahun Be- Kemis/ Kamis- Legi). Menurut dia, hitungan Bemisgi tersebut selanjutnya menjadi patokan perhitungan untuk menentukan hari penting lainnya di tahun Be ini. “Kemis merupakan hari pertama di tahun Be. Demikian juga Legi merupakan pasaran pertama di tahun Be,” katanya untuk menetapkan 1 Syawal, katanya penganut Aboge menggunakan rumusan Waljiro (Syawal Siji Loro) yang berarti 1 Syawal pada hari pertama dengan pasaran hari pasaran kedua yang diturunkan dari hitungan Besmigi. Dengan demikian kata dia, 1 Syawal 1433 H bagi penganut Islam Aboge akan jatuh pada hari Senin Legi, 20 Agustus 2012.

Hari ini Sulam baru pertama kali menjadi imam dalam Salat Ied di Mesjid Saka Tunggal menggantikan ayahnya yang telah lanjut usia, yakni Sopani, “Kami, para penganut Islam Aboge saat ini hanya berusaha meneruskan ajaran dari leluhur,” katanya. Ia menuturkan, hanya sebagian generasi muda Islam Aboge yang masih mempertahankan tradisi leluhur. Kata dia, para generasi muda komunitas Islam Aboge sedang berada dalam persimpangan jalan, yakni meneruskan ajaran leluhur atau mengikuti ajaran Islam yang berkembang di masyarakat secara umum.

Ilmu Petung / Hitungan Dalam Aliran Islam Aboge

Bila orang Jawa dimanapun berada, biasanya pernah mendengar Ilmu Petung dari para Leluhur atau orang Tua kita, bagi yang pernah mendengar dan tahu juga bisa mempelajari lebih dalam tentang ILMU PENTUNG ini. Orang Jawa sangat bangga dilahirkan dari orang Jawa, dan juga sangat kagum bagaimana para leluhur memiliki kemampuan yang sangat luar biasa terutama dalam ILMU PETUNG. Dalam Islam Ilmu Petung ini disebut Ilmu Hisab, ilmu yang digunakan untuk menentukan penanggalan. Di Jawa ada dua paham dalam Ilmu Petung ini, pertama dikenal sebagai perhitungan ABOGE yang artinya Tuhan nya Alif tanggal 1 Asyuro/ Muharam jatuh pada hari Rabu Wage. Adanya Aboge ini sudah berlaku sejak jaman Kerajaan Majapahit.

Kedua dikenal sebagai perhitungan ASOPON yang artinya nama tahunnya Alif tanggal 1 Asyuro/ Muharam jatuh pada hari Selasa Pon. Perhitungan ini menurut sejarah dimulai sejak berkuasanya Raja Sultan Agung dari Kerajaan Mataram- Jogjakarta saat ini.

Pembahasan dalam ilmu petung ini akan menggunakan Paham ABOGE karena paham inilah yang diciptakan leluhur kita dalam perhitungan hari- Ilmu Falak atau Hisab.

Ajaran Ilmu Petung dalam Aliran Islam Aboge

Untuk direnungkan: Mengapa harus ada ilmu petung / Hitungan Hari ? Apa jadinya kalau hari itu selama satu minggu harinya hari minggu semua ? atau jumat semua ? Allah SWT menciptakan ini melalui umatnya pasti ada tujuannya yang terkandung didalamnya. Tidak ada sesuatu yang diciptakan tanpa ada Makna dan tujuannya. Bagi orang Jawa khususnya penganut Aliran Islam Aboge yang mempercayainya, Ilmu Petung sangat diperlukan bagi manusia untuk menentukan langkah kedepan dengan harapan agar tidak banyak halangan (tentunya juga selalu berdo'a memohon kepada Allah SWT) karena dengan perhitungan yang tepat dan akurat, hidup dan kehidupan kita menjadi sukses.

Ilmu Petung dibagi dua bagian :Hitungan yang berhubungan dengan kehidupan makhluk hidup di alam dunia, seperti menghitung kuatnya suatu bangunan, hitungan kekuatan sesuatu benda, dan hitungan suatu keadaan seperti bercocok tanam, mendirikan bangunan, hitungan kekuatan sesuatu benda, dan hitungan suatu keadaan seperti bercocok tanam, mendirikan bangunan, membeli suatu benda yang istimewa. Perhitungan ini disebut HITUNGAN RAGA / TEKNIS. Hitungan yang berhubungan dengan NILAI HIDUP atau perjalanan kehidupan manusia, dari lahir sampai meninggal dunia dan samapai batas akhir alam akhirat. Misalnya hitungan hari pernikahan, hari keagamaan dan hari ritualnya orang yang sudah meninggal dunia. Perhitungan ini disebut HITUNGAN HIDUP / NON TEKNIS. Banyak yang mempercayai, bila hitungan kedua ini tidak tepat, maka yang dihasilkannya tidak tepat juga. Ini ritualnya orang yang sudah meninggal dunia.

Perhitungan ini disebut HITUNGAN HIDUP / NON TEKNIS. Banyak yang mempercayai, bahwa hitungan ini tidak tepat, maka yang dihasilkannya tidak tepat juga.

Untuk menghasilkan kedua perhitungan ini, beberapa dasar yang harus dipahami, yaitu:

1. Dino / Hari : Nama Hari
2. Syasi / Bulan : Nama Bulan
3. Tahun
4. Windu

Dari keempat dasar inilah perhitungan TEKNIS DAN NON TEKNIS untuk mengarahkan suatu tujuan HIDUP dan KEHIDUPAN yang dijalankan yaitu MANUSIA. Didalam Raga manusia mengandung Lima Unsur dalam Bahasa Ilmu yang disebut dengan LIMA PASARAN.

Agar lima unsur yang ada didalam tubuh sinergi dan lurus dengan alam dibutuhkan sesuatu pengetahuan, di dalam melaksanakan hitungan yang berhubungan dengan nilai kehidupan dibutuhkan juga sarana yang sesuai dengan sifat keadaan itu sendiri dan diperlukan juga etika atau tata krama agar menyatu dengan keadaan yang ada.

Dino atau Hari yang mempunyai jumlah tujuh, dari hari jumat-sabtu-minggu-senin-selasa-rabu dan kamis, dimana setiap hari mempunyai sifat dan karakter yang tidak sama, dan juga memiliki nilai kekuatan masing masing.

NILAI ANGKA / NEPTU

Untuk dapat melakkan hitungan hari harus tau Nilai angka / Neptu hari yang bersangkutan, ini merupakan dasar yang sudah berlaku. Dari mana asal angka angka tersebut ? itulah termasuk hasil karya leluhur kita dimana hari memiliki kandungan angka / nilai.

Nama Hari dan Nilai Angka hari sebagai berikut :

Setelah memahami nama sifat dan nilai hari ke tujuh ini, kemudian kita harus paham juga Kelima Nama Pasaran dan nilai angka yang dikandungnya, karena kelima ini yang paling penting dan sulit untuk pemahamannya. Pasaran ada LIMA nama dimulai dari : LEGI, PAHING, PON, WAGE DAN KLIWON.

Untuk memahami tata guna dan manfaat ILMU PETUNG DALAM AJARAN ISLAM ABOGE memang sangat panjang dan rumit, dengan demikian peneliti tidak membahasnya secara terperinci disini, peneliti hanya akan menyampaikan secara garis besarnya saja. Untuk lebih terinci peneliti mencoba memahami dan mempelajari dunia intersubjektif dari PENGANUT ISLAM ABOGE.

RITUAL ISLAM ABOGE

Setiap Penganut Islam Aboge memberi makna yang berbeda terhadap ajarannya. Penganut Aliran Islam Aboge memberikan pengetahuan tentang makna yang dimilikinya berdasarkan interaksi dengan orang lain yang berada disekitarnya. Menurut James Lull (Dalam Cresswell, 1988:229) makna merupakan apa yang dianggap penting atau berarti bagi seseorang, makna tidak melekat dalam bentuk bentuk simbolis, melainkan dikonstruksikan oleh orang orang yang menginterpretasikan simbol sesuai dengan orientasi, kepentingan dan kepentingan mereka sendiri.

TUJUAN PENELITIAN

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, maka pada penelitian ini penulis bermaksud untuk dapat menjelaskan :

1. Konstruksi realitas hidup warga penghayat Aliran Islam Aboge (termasuk didalamnya motif sesudah masuk menjadi penganut Aliran Islam Aboge, konsep diri sebagai warga penganut Aliran Islam Aboge dan makna ajarannya)
2. Makna simbol dalam ritual Aliran Islam Aboge yang dilakukan warga penghayat aliran Islam Aboge.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi Fenomenologis. Peneliti menggunakan kajian fenomenologis dengan maksud mengungkapkan pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologis dari orang orang penganut aliran Islam Aboge. Penelitian ini diberi judul “ KOMUNIKASI dan KEARIFAN LOKAL : Konstruksi realitas warga penghayat Aliran Islam Aboge di Sidareja Banyumas”

LANDASAN TEORITIS

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teori pendukung yaitu Fenomenologi dan Interaksi Simbolik. Penggunaan teori dapat digunakan sebagai arahan dalam tradisi penelitian untuk dapat memperjelas motif yang mendorong seseorang untuk menjadi penganut Islam Aboge. Sedangkan interaksi simbolik dapat menjelaskan bagaimana warga penganut Islam Aboge sebagai individu yang memandang dirinya sebagai penganut aliran dan membentuk konsep diri berdasarkan pengalamannya. Kemudian gabungan dari teori Fenomenologi dan Interaksi Simbolik digunakan mengkaji makna ritual aliran Islam Aboge.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Istilah Islam Aboge mengacu pada komunitas yang menjadi generasi dari para santri *Mbah Kyai Nurkasim*. Mereka adalah generasi pertama yang membuka desa Ujungmanik (*trukah*) di bagian utara desa. *Mbah Nurkasim* sendiri adalah salah satu dari santri yang berasal dari sebuah pesantren di wilayah Pasir Luhur (masuk wilayah Banyumas). Dari sinilah muncul istilah santri Pasir, istilah ini terus berkembang hingga menjadi sebuah

sebutan bagi komunitas Islam Aboge. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ridhwan (2008) mengenai Islam Blangkon di Cilacap, pendiri dari komunitas Islam Blangkon berasal dari Desa Pasir Luhur yang merupakan bekas kekuasaan Kerajaan Pajajaran. Maka ada benang merah antara komunitas Islam Aboge dan Komunitas Islam Blangkon, yaitu keduanya berasal dari satu pesantren yang sama yang terletak di Pasir Luhur. Sehingga ada kesamaan sumber dalam pola-pola keyakinannya. Selain itu paham ini juga terdapat di daerah Menganti, Adipala dan Kelurahan Kutawaru.

Dari penelusuran data yang peneliti lakukan hingga ke Desa Cikakak Kecamatan Wangon ditemukan data bahwa di daerah ini istilah Santri atau Islam Pasir tidak dikenal, yang ada adalah istilah Islam Aboge. Hal ini seperti disebutkan oleh *kayim* (ketua) Supandi, yang mengatakan bahwa penamaan ini (Islam Pasir) tidak benar. Sehingga mereka lebih senang disebut dengan Islam Aboge.

Dari wawancara dengan Bapak Abu Sujak diperoleh informasi bahwa Komunitas Islam Abogedi Desa Ujung Manik telah ada sejak awal berdirinya Desa Ujung Manik. Hal ini diperkuat oleh sesepuh desa ini, Bapak Madgaswin, katanya desa ini dibuka oleh dua orang tokoh agama yaitu Mbah Kyai Nurkasim dan Mbah Haji Husain. Kedua tokoh ini memiliki para pengikut yang terdiri dari murid-murid mereka atau lebih tepatnya santri-santri mereka.

Mbah Haji Husain membuka desa (*trukah*) di sebelah barat desa, sementara Kyai Nurkasim di sebelah timur. Pada awalnya pemahaman keislaman di antara keduanya tidak jauh berbeda, namun ketika pemerintah Belanda mewajibkan dan menetapkan keharusan mengikuti hari raya yang telah ditetapkan maka mulailah perbedaan dalam menetapkan hari raya ini berbeda. Pihak Kyai Nurkasim bersikukuh tetap memegang penghitungan penanggalan Aboge sebagai penetapan awal Ramadhan, Syawal dan juga hari raya Idul Adha. Sementara Haji Husain dan para santrinya memilih mengikuti ketentuan oleh pemerintah Belanda.

Namun pendapat ini sulit diterima karena perbedaan dalam hal tarekat juga bisa menjadi bahan analisa. Jama'ah Islam Aboge menjalani tarekat Syattiriyyah sementara penduduk desa Ujungmanik pada umumnya adalah pengikut tarekat Qadariyyah Naqsabandiyah. Bila kita runut lebih jauh maka dua tarekat ini memiliki *suluk* tersendiri yang saling berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Di masyarakat Ujungmanik antara santri-santri Mbah Kyai Nurkasim dan Mbah Haji Husain adalah dua kubu yang berbeda, komunitas pengikut Mbah Kyai Nurkasim yang kini dikenal dengan Islam Abogebiasa disebut Islam aliran merah, sedangkan Mbah Haji Husain para pengikut Mbah Haji Husain dikenal dengan Islam aliran putih.

Karakteristik Keagamaan

1. Aqidah

Komunitas Islam Aboge di Desa Ujungmanik menyandarkan segala bentuk keyakinannya pada Islam dengan madzhab Ahlu Sunnah Wal Jama'ah. Ditilik dari segi aqidah Islam, komunitas ini telah mengalami penguatan khususnya di bidang keyakinan Islam, ini jika dibandingkan dengan komunitas Aboge di wilayah lainnya.

Menurut Pak Supandi sebagai ketua (*Kayim*) komunitas ini, mereka tidak mau mengamalkan hal-hal yang mengarah kepada perbuatan musyrik seperti bersemedi untuk mendapatkan kekuatan, menyembelih untuk kuburan serta tidak melakukan hubungan khusus

dengan alam jin. "Saya menolak ketika ditawari tuyul" katanya antusias. Keyakinan semacam ini adalah salah satu dari bentuk "evolusi" yang terjadi di tubuh jama'ah ini. Bisa jadi ini hanya semacam pembelaan diri, karena dari wawancara dengan Mbah Madgaswin yang mengatakan bahwa para pendahulu mereka (komunitas Islam Pasir) terutama yang menjadi *Kayim* pada komunitas ini sangat kental dengan dunia mistis. Khususnya hal-hal yang berkaitan dengan ilmu-ilmu kedigdayaan yang tidak bisa lepas dari dunia jin. Dalam hal ini ada kontak dengan alam ghaib yang mereka laksanakan, misalnya melakukan tirakat di makam dengan niat bertemu dengan arwah Para leluhur.

Dalam bidang tarekat, Komunitas Islam Abogemengikuti *Suluk Syekh Siti Jenar* yaitu Tarekat Syatariyyah. Tarekat ini berkembang pesat di "wilayah-wilayah merah" yaitu wilayah di Jawa, khususnya Jawa Tengah dengan mayoritas Islam Abangan. Tarekat ini menjadi salah satu karakter khusus yang ada pada mereka. Secara umum tarekat yang berkembang di desa Ujungmanik adalah Tarekat Naqsabandiyah Qadiriyyah. Maka bisa dipahami jika komunitas Islam Abogedianggap berbeda dengan sebagian besar tokoh agama di Ujungmanik. Tarekat Syatariyyah yang dianut oleh Komunitas Islam Abogeadalah sebuah tarekat yang muncul pertama kali di India pada abad ke-15 M. Tarekat ini dinisbahkan kepada Abdullah as -Syattar. Tarekat ini awalnya dikenal di Iran dan Transoksania dengan nama Isyqiyah. Sedangkan di wilayah Turki Usmani, tarekat ini disebut Bistamiyah. Dari penelitian yang dilakukan oleh Martin Van Bruinessen salah seorang ahli antropologi, menyebutkan bahwa tarekat ini banyak ditemukan di Jawa dan Sumatra. Ini berarti tarekat ini disebarkan oleh para Sufi yang menyebarkan pahamnya ke Indonesia. Hubungan antara satu komunitas dengan yang lainnya dalam tarekat ini tidak saling berhubungan. Tarekat ini relatif gampang berpadu dengan berbagai tradisi setempat sehingga menjadi tarekat paling "mempribumi" di antara tarekat yang ada.

Dari penelusuran yang peneliti lakukan, model tarekat Syatariyyah yang dilaksanakan oleh Komunitas Islam Abogememiliki *lelakuyang* bersifat personal dan tertutup. Sebenarnya secara umum model-model tarekat yang ada di Indonesia juga tidak akan menceritakan bagaimana pengalaman *Kasyaf* yang mereka alami. Demikian juga pada tarekat Syatariyyah, mereka akan merahasiakan setiap pengalaman spiritual mereka. Dari wawancara mendalam dengan salah satu anggota jama'ah Tarekat Syatariyyah, disebutkan bahwa mereka memiliki model *suluk* dengan cara berdzikir dengan mengucapkan dengan *La ilaha illa Allah* sebanyak 99 kali, selanjutnya menekan bola mata dengan kedua ibu jari. Dengan ini diharapkan mata *dzahir* kita tertutup dan mata hati kita terbuka, sehingga akan mampu melihat hal-hal yang tidak terlihat, semisal melihat nabi dan bahkan melihat Allah ta'ala. Secara implisit anggota lainnya mengiyakan metode ini hanya tidak seperti yang dibayangkan oleh masyarakat, "Ya..... ora kaya kue carane" "Ya... tidak sampai begitu caranya" kata Pak Abu Kasan. Maka komunitas Islam Abogemeyakini bahwa Allah ta'ala dapat "dihadirkan" dalam saat-saat tertentu, yaitu ketika dzikir-dzikir tertentu dilafadzkan. Tidak hanya itu, dengan melakukan ritual tertentu seorang manusia dapat menyatu dengan Tuhan sebagai bentuk dari puncak spiritual tarekat mereka.

2. Ibadah

Dalam masalah ibadah ritual komunitas Islam Abogetetap melaksanakan shalat wajib, berpuasa, pergi haji dan yang lainnya. Di desa Ujungmanik sendiri anggota komunitas ini

meyakini bahwa shalat adalah sebuah kewajiban, walaupun dalam praktiknya banyak di antara mereka yang tidak melaksanakannya. Terlebih para "Pengikut" yang hanya mengikuti momen hari raya Islam Aboge, mereka cenderung tidak melaksanakan shalat dan puasa ramadhan. Ada yang menarik dari permasalahan ini, yaitu ketika ada anggota dari komunitas ini tidak shalat maka oleh pimpinannya dianggap biasa saja. Dari analisa peneliti hal ini dikarenakan basik pemahaman mereka yang lemah terhadap syariat Islam, sehingga menganggap bahwa tidak shalatpun tidak mengapa. Tidak hanya tetangga atau orang lain, bahkan keluarganya sendiri ketika tidak shalat dianggap sesuatu yang biasa dalam arti tidak dianggap sebagai dosa.

Dari wawancara yang dilakukan dengan *Kayem* Supandi sebagai pimpinan komunitas, ia menyatakan bahwa "*Jorna bae lah... sue-sue tulih gelem sembahyang*" "Biarkan saja nanti lama-lama juga mau shalat". Apakah ini sikap toleransi, metode dakwah atau pemahaman yang dangkal terhadap syariat? Peneliti lebih cenderung hal ini terjadi karena kurang pahamiannya mereka terhadap syariat ini. Dari penelitian kelanjutan sebagai bentuk perbandingan adalah wawancara dengan Bapak *Kayem* Hadi Paryono yang mengatakan bahwa sebagian hampir seluruh anggota komunitas ini tidak pernah belajar di pesantren atau di tempat pendidikan formal yang lebih tinggi dari sekolah dasar (SD), bahkan ketua (*Kayem*) nya sendiri hanya belajar ilmu agama kepada beberapa *kayem* (guru agama) lokal yang notabene pemahamannya terhadap Islam masih kurang.

Berkaitan dengan masalah fiqh ada beberapa hal di mana mereka berbeda pendapat dengan umat muslim pada umumnya, misalnya pada shalat jumat ketika jumlah mereka tidak sampai empat puluh orang maka mereka shalat jum'atnya tidak sah sehingga setelah melaksanakan shalat jumat mereka juga melaksanakan shalat dhuhur. Masih berkaitan dengan shalat, masjid dan mushala mereka hanya mengumandangkan adzan sebanyak dua kali yaitu pada shalat shubuh dan shalat mahgrib hal ini karena shalat berjama'ah hanya dilaksanakan pada dua waktu tersebut saja. Dari pengamatan yang dilakukan hal ini terjadi karena kurang pahamiannya mereka terhadap syariat shalat dan sikap meremehkan ibadah shalat ini. Selain itu dzikir-dzikir yang dilafadzkan setelah shalat juga didasarkan pada *ijazah* yang diwariskan secara turun-temurun. Masih di bidang ibadah, perbedaan model ibadah yang menjadi karakteristik dari komunitas ini adalah pada permasalahan puasa dan hari raya, khususnya dalam penetapan awal bulan dan tahun. Mereka selalu berbeda dalam hal perayaannya dengan masyarakat pada umumnya, hal ini karena mereka menggunakan pedoman penanggalan Aboge sebagai metode untuk menetapkan jatuhnya tanggal satu Ramadhan dan satu Syawwal dan awal bulan lainnya.

Sebenarnya tidak hanya awal bulan tapi seluruh tahun dalam masa satu tahun dan satu windu telah memiliki rumusan tersendiri. Penanggalan Aboge adalah salah satu dari model penanggalan yang bersifat statis, maksudnya adalah penanggalan baku yang tidak akan berubah dikarenakan sistematikanya sudah jelas dan baku. Walaupun dalam perjalanan sejarahnya mengalami beberapa perubahan. Penanggalan Aboge didasarkan pada penanggalan yang telah ditetapkan oleh Sultan Agung Hanyokrokusumo di Kerajaan mataram Islam di Surakarta. Penanggalan ini adalah hasil akulturasi antara penanggalan Jawa dan Islam.

Selanjutnya model penanggalan ini menyebar ke seluruh daerah-daerah yang menjadi kekuasaan Kerajaan Mataram, termasuk wilayah AbogeLuhur dan wilayah lainnya di sekitar

Banyumas dan Cilacap. Menurut penuturan *Kuncen* Makam di Cikakak bahwa sesepuh model penanggalan ini disebarkan oleh Eyang Mustolih ke Desa Cikakak, Kecamatan Wangon, Banyumas, Jawa Tengah sejak tahun 1288 H. Hal ini sebagaimana yang diyakini oleh komunitas Islam Blangkon di Banyumas dan Cilacap.

Adanya akulturasi Islam dan budaya Jawa dalam Penanggalan Aboge terlihat dari nama-nama bulan yang digunakan. Namun jika dilihat dari jumlah hari dalam satu bulan serta masih melekatnya istilah hari pasaran ini jelas merupakan budaya Jawa, istilah *wage*, *kliwon*, *manis*, *paing* dan *pon* adalah murni dari penanggalan Jawa. Pengaruh budaya Jawa yang masih kentara juga dapat dilihat ketika hari raya Idul Fitri dan Idul Adha jatuh pada hari *Rebo Manis*. Menurut mereka hari tersebut tidak boleh digunakan untuk berhari raya, karena hari itu bukanlah “hari baik” untuk berhari raya, sehingga hari raya yang jatuh pada hari tersebut akan diganti dengan hari berikutnya. Hal ini dikarenakan hari *rebo manis* adalah *kantonge dina* (Induk hari) sehingga tidak boleh dijadikan sebagai hari raya atau kegiatan bersenang-senang lainnya.

Menurut Penanggalan Aboge sebulan terdiri dari 30 hari dan 29 hari . sebagaimana penghitungan tahun dalam masyarakat Jawa Kuno, kaum Aboge masih menggunakan dan menghitung tahun hanya delapan (8) tahun bertemu satu siklus dan diulangi lagi nama tahun dari awal yaitu : **Alip, Eehe, Jim Awal, Jee, Dzal, Bee, Wawu, dan Jim akhir.**

Islam Aboge: Harmoni Islam dan Jawa

Sebagaimana masyarakat Jawa pada umumnya, komunitas Islam Aboge melaksanakan berbagai ritual keagamaan dengan dasar kepercayaan terhadap para leluhur. Kepercayaan yang telah mereka anut bertahun-tahun bahkan puluhan tahun, maka sulit bagi mereka untuk meninggalkannya. Hal ini banyak dipahami oleh para da'i dan mubaligh yang menyebarkan Islam ke wilayah ini, maka dilakukanlah berbagai cara agar Islam dapat diterima oleh penduduk pribumi walaupun dalam beberapa hal tampak melenceng dari Islam. Beberapa bentuk akulturasi budaya yang terdapat pada komunitas Islam Aboge adalah upacara ritual yang merupakan kolaborasi antara budaya dan kepercayaan terdahulu yang dibumbui dengan nilai-nilai Islam, di antara akulturasi budaya tersebut adalah :

1. Selamatan ibu hamil

Selamatan ini dilakukan pada seorang perempuan yang hamil dan mencapai usia kandungan empat bulan dan tujuh bulan usia kandungan. Ciri khas dari selamatan ini adalah dibuatnya ”Lepet”, yaitu beras ketan yang dimasak dan dimasukan ke dalam daun kelapa yang dililitkan sehingga membentuk makanan tradisional yang unik. Tradisi ini secara historis berasal dari kebudayaan Pemujaan terhadap dewa-dewa yang berada di bawah dewa Yin dan Yang. Masih terkait dengan kehamilan bahwa ketika seorang perempuan hamil maka ia harus menggantungkan gunting atau pisau kecil agar bayi yang berada dalam kandungannya terjaga dari kejahatan makhluk halus. Kepercayaan adanya pengganggu bagi bayi yang masih dalam kandungan berasal dari kepercayaan *animisme* dan *dinamisme*. Selain adanya *uba rampe* berupa sesajen dan pemberian *Uthuk* (anak ayam) kepada dukun bayi. Nilai-nilai Islam dalam selamatan ini adalah diadakannya *Kepungan* yaitu mengundang para tetangga untuk makan-makan pada malam harinya. Dengan menghadirkan seorang *kayem* maka

berbagai do'a, tahlil, tahmid dan tasbih dilantunkan sebagai bentuk rasa syukur dan permohonan kepada Gusti Allah.

2. Ritual Kelahiran bayi

Kelahiran seorang bayi menjadi momen yang mendapat perhatian khusus dalam budaya Jawa. Ketika seorang perempuan melahirkan, *ari-ari* (plasenta) yang disebut *sadulur pancer* segera dimasukkan ke dalam kelapa hijau atau sebuah kendi yang terbuat dari tanah. Selanjutnya *ari-ari* tersebut diletakan di dekat pintu agar *saudara tua* dari sang jabang bayi agar dapat leluasa keluar rumah. *ari-ari* tersebut diberi lampu serta beberapa jenis bunga dan bubur merah puitih. Mereka berkeyakinan bahwa saudara dari bayi yang baru lahir masih berada di sekitarnya. Model perawatan *ari-ari* yang dilaksanakan oleh komunitas Islam Abogedan ritual yang berkaitan dengan kelahiran seorang bayi adalah murni budaya Jawa. Bentuk akulturasi budaya dalam ritual ini adalah dicukurnya rambut bayi pada hari ketujuh. Adalah prosesi ini tentu tidak dikenal adanya aqiqah, pada generasi belakangan baru dikenal adanya aqiqah ini. Namun demikian, penetapan hari ketujuh dan pemberian nama adalah salah satu tradisi Islam. Sehingga sebagaimana dalam prosesi *ngupati dankeba*, dalam ritual pemberian nama sendiri dilakukan *kepungan* dengan mengundang para tetangga untuk makan-makan bersama dan memberi nama dan mendoakan bayi tersebut.

3. Perayaan Khitan/ Sunat

Khitan adalah tradisi Islam yang telah diterima secara luas oleh masyarakat Jawa. Sebelum datangnya Islam, masyarakat Jawa tidak mengenal adanya khitan, maka tradisi Islam ini membaaur dengan tradisi Jawa hingga terciptalah ritual perayaan khitan bagi anak laki-laki. Budaya mengkhitan anak saat ini menjadi sebuah pesta yang syarat dengan budaya Jawa. Pelaksanaan khitan pada komunitas Islam Abogedilaksanakan ketika seorang anak laki-laki telah menginjka baligh, biasanya antara umur 10-14 tahun. Perayaan ini dilakukan dalam bentuk syukuran yaitu *kepungan* dengan mengundang para tetangga untuk makan bersama dan memanjatkan tasbih, tahmid dan tahlil. Jika orang tua anak adalah orang terpandang maka *pengantin sunat* dinaikan ke kuda dengan dirias dengan busana Arab berupa jubah putih panjang dan sorban. *Pengantin Sunat* diarak keliling kampung dengan menaiki kuda atau delman. Menurut mereka hal ini dilakukan untuk menyenangkan anak. Bagi anak laki-laki yang hanya satu-satunya dalam keluarga maka dalam proses khitan wajib dilaksanakan ritual tertentu dengan *nanggap* (mengadakan) pertunjukan wayang kulit. Namun tradisi ini saat ini mulai ditinggalkan karena mahalanya biaya menyewa wayang kulit.[22] Dalam beberapa perayaan khitanan sering dilakukan acara *khatam Al-Qur'an* bagi anak yang dikhitan tersebut. Acara perayaan khitan sendiri sangat meriah sebagaimana perayaan pernikahan. Pada perayaan ini ada pemimpin pesta yang mengetuai acara tersebut di samping yang menyediakan berbagai sesajen tertentu.

4. Perayaan Pernikahan

Perayaan pernikahan adalah momen besar yang menjadi ciri khas budaya Jawa. Walaupun di beberapa kebudayaan juga dilaksanakan namun nilai-nilai yang terkandung pada upacara pernikahan Jawa sangat komplek dan mengandung banyak akulturasi budaya. Baik budaya Islam, Jawa ataupun kepercayaan lainnya. Akulturasi budaya yang terjadi dalam perayaan

pernikahan ini adalah adanya akad pernikahan yang syah secara Islam dan prosesi pernikahan yang mengikuti budaya Jawa. Di antara bentuk akulturasi budaya tersebut adalah : penyatuan prosesi akad nikah dan pesta pernikahan yang dilaksanakan dalam satu paket, sehingga seolah-olah tidak syah kalau pernikahan hanya dilakukan di depan petugas Kantor Urusan Agama (KUA). Penyatuan ini mencerminkan bahwa antara Islam dan budaya Jawa tidak terjadi pertentangan karena dapat dilaksanakan secara beriringan, ini menurut pendapat mereka.

5. Ritual Kematian (*Tahlilan*)

Selanjutnya akulturasi Islam dan budaya Jawa yang masih dilaksanakan oleh Komunitas Islam Abogeadalah perayaan *selametan* atau tahlilan setelah kematian seseorang. Upacara kematian yang dilakukan di desa Ujungmanik adalah dimulai dari hari ke-3, 7, 40, 100 dan satu tahun atau *khaul* setelah kematian. Dalam tradisi Islam yang berkembang di Timur Tengah dan wilayah lainnya tidak terdapat ritual *tahlilan* ini. Demikian pula di wilayah selian pulau Jawa semisal Sumatera dan yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ritual ini adalah asli budaya Jawa. Bila kita lacak sejarah dari ritual *tahlilan*, maka akan kita dapatkan bahwa ritual ini berasal dari keyakinan Tuhan *Yang* dari dataran China. Dimana kepercayaan ini tersebar ke wilayah-wilayah Asia Tenggara, termasuk ke Jawa. Maka setelah sekian lama kepercayaan ini berkembang ia menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya Jawa. Ditambah lagi dengan kedatangan agama Hindu dan Budha yang memperkokoh ritual ini. Maka ketika Islam masuk ke Jawa budaya ini begitu kuat hingga tidak mungkin untuk menghilangkannya. Sehingga para da'i hanya menyematkan nilai-nilai Islam ke dalam budaya ritual kematian tersebut. Penamaannya sendiri kini menjadi "Tahlilan" yang secara bahasa berarti membaca kalimat tahlil *la Ilaha Illallah*.

6. Pemujaan terhadap Makam/Kuburan

Penghormatan terhadap arwah leluhur adalah bagian dari tradisi Jawa yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini tidak saja didasari pada kewajiban untuk berbuat baik kepada orang yang dituakan, namun lebih dari itu adalah keyakinan bahwa para leluhur dapat memberikan bantuan kepada anak cucunya. Hal ini bisa terjadi baik ketika dia masih hidup ataupun sudah meninggal dunia. Berbanding lurus dengan ritual setelah kematian, penghormatan terhadap para leluhur yang sudah meninggal adalah sebuah tradisi yang tidak bisa diusik lagi. Walaupun mereka telah memeluk Islam namun, pemahaman bahwa arwah orang yang sudah meninggal dunia dapat kembali ke tempatnya dan memberikan pertolongan kepada anak cucunya. Oleh karena itu pembangunan berbagai makam dan kuburan-kuburan adalah salah satu bentuk manifestasi dari penghormatan kepada orang yang sudah meninggal. Pada komunitas Islam Aboge ditandai dengan penghormatan terhadap leluhur mereka, terutama yang telah menyebarkan Islam Abogedan mewariskannya kepada mereka. Menurut *Kayem* Supandi komunitas ini selalu melaksanakan ziarah ke makam *Mbah* Nurkasim di desa Cikakak, Wangon sebagai bentuk penghormatan kepada para leluhur yang telah membuka desa Ujungmanik sekaligus menyebarkan Islam di wilayah ini.

Makam para leluhur yang sering disebut *Petilasan* pada masyarakat Ujungmanik dikenal dengan sebutan *Panembahan*. Dari observasi yang dilakukan ada sekitar sepuluh panembahan yang berada di desa ini. *Panembahan* adalah kuburan yang dianggap memiliki

kekuatan tertentu karena pemilik kuburan adalah orang-orang terhormat, sakti atau terpancang. Dari beberapa panembahan yang ada, saat ini yang masih terawat adalah Panembahan Cipacul, Panembahan Langlang Alun, Panembahan Nusa Cething, Panembahan Baya Ragas, Panembahan Polosuro Polosari, Jatikusumo, Jati Marong dan yang lainnya. Membahas tentang panembahan maka tidak lepas dari dupa dan sesajen. Pada komunitas Islam Abogepembakaran kemenyan dan sesajen sangat kental. Apalagi pada saat ziarah kubur atau ritual tertentu. Sesajen dan pembakaran kemenyan (dupa) dilakukan pada momen-momen tertentu terutama pada saat upacara perayaan semisal pernikahan, khitanan dan yang lainnya. Bentuk sesajen sendiri beraneka ragam, jika malam jum'at diletakkan bubur merah putih dan air putih di sebelah rumah. Sedangkan pada acara pernikahan sesajen berupa satu ekor ayam jantan yang dimasak, bubur merah putih dan beberapa *Jajan pasar*. Tidak lupa bakaran kemenyan, rokok, kopi, teh dan kelapa hijau.

Tradisi ziarah kubur, memuliakan para leluhur yang shalih dan mendoakan mayit adalah tradisi Islam, namun ketika bertemu dengan budaya Jawa maka terciptalah akulturasi budaya, sehingga ziarah kubur yang dimaknai oleh orang Jawa akan berbeda dengan ziarah kubur yang dimaknai orang Islam di wilayah lainnya. Demikian pula penghormatan terhadap leluhur dalam Islam sangat ditekankan, namun jika sampai pada bentuk meminta-minta kepada arwah para leluhur agar memberikan pertolongan kepada orang yang masih hidup maka ini tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal seperti :

1. Motif seseorang menjadi seorang penganut aliran ISLAM ABOGE adalah motif mempertahankan nilai-nilai budaya, motif mendalami dengan sebenar-benarnya, motif ketenangan batin dalam hidup dan motif hidup rukun adil sejahtera dalam bernegara. Pada prosesnya motif-motif tersebut dapat ditemukan pada seseorang sejak kecil menjadi penganut aliran Islam Aboge (diturunkan dari keluarga) dan pada seseorang pendatang atau seseorang yang masuk setelah sebelumnya memiliki kepercayaan.
2. Kemudian berbicara mengenai konsep diri ditemukan bahwa hampir semua warga penganut aliran Islam Aboge memiliki konsep diri positif yang ditandai dengan terbuka mengenai jati diri sebagai penganut aliran Islam Aboge kepada masyarakat sekitar, tidak ada rasa khawatir sebagai penganut Aliran Islam Aboge, menjalankan ajaran dengan bertoleransi keluar, tidak menjalankan ritual agama lain, terlibat aktif dalam acara yang diadakan oleh para penganut aliran Islam Aboge, berasal dari keluarga Islam Aboge. Sedangkan warga penganut Islam Aboge yang memiliki konsep diri negatif ditandai dengan sikap tertutup mengenai jati diri sebagai penganut Aliran Islam Aboge pada masyarakat luar, terdapat rasa khawatir sebagai penganut, menjalankan ajaran dengan berorientasi ke dalam/diri sendiri, masih menjalankan ritual agama/kepercayaan lain, terlibat pasif dalam acara yang diadakan oleh aliran Islam Aboge, peduli pandangan negatif masyarakat luar sebagai penghayat, tidak berasal dari/tidak memiliki keluarga penganut Aliran Islam Aboge. Faktor proses masuk sebagai warga penganut Aliran Islam Aboge menjadi penentu dominan dalam

membentuk konsep diri tersebut. Warga penganut Aliran Islam Aboge pada dasarnya memiliki definisi yang senada dalam menjelaskan kata nglampahi akan tetapi pada aktualitasnya makna nglampahi ini memiliki fokus yang berbeda-beda seperti hidup membantu sesama, taat terhadap aturan pemerintah, hidup jujur, hidup dengan benar, prilaku dan hati nurani harus sejalan, berbakti pada orang tua, tidak menyakiti orang lain, dan menjadi seseorang yang memiliki banyak solusi.

DAFTAR PUSTAKA

Aminuddin, 1998. Semantik: Pengantar Studi Tentang Makna. Bandung : Sinar Baru.

Ardianto, Elvinaro dan Aness, Bambang Q. 2007 Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Baut S., Paul dan Effendi, T.1984 Teori-Teori Sosial Modern Dari Parsons Sampai Habermas. Jakarta., Rajawali.

Barger, Arthur Asa. 1984. Signs in Contemporary Culture. New York; Longman

Berger Pater L dan Thomas Lockman., 1976. The Social Construction of Reality A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York. Doubleday Books.

KEKUATAN NILAI KEARIFAN LOKAL SEBAGAI MEDIA PERSUASIF DALAM MEREDAM KONFLIK ISU SARA PADA PILKADA TAHUN 2017

SRI PRATIWI

Universitas Potensi Utama
Jl. Yos Sudarso Medan
pratiwi853@gmail.com

ABSTRAK

Pilkada atau pemilihan kepala daerah yang akan dilaksanakan secara serentak pada tahun 2017 akan menghadapi kemungkinan konflik berbau sara, hal ini akan membawa dampak negatif bagi satu kesatuan bangsa. Indonesia memiliki beragam budaya yang menghasilkan nilai kearifan lokal sehingga dapat menjadi satu kekuatan. Kekuatan dari nilai yang dimiliki oleh budaya kita ini dapat dijadikan satu media persuasif dalam mengajak masyarakat kita untuk mengendalikan emosi dalam diri. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui nilai kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat sehingga dapat menjadi kekuatan dalam meredam konflik isu sara, sekaligus untuk mengetahui media yang tepat dalam mengkomunikasikan kepada publik tentang pentingnya nilai kearifan lokal.

Peneliti melakukan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan fokus pada nilai-nilai kearifan lokal yang dimiliki masyarakat Indonesia, kemudian media apa yang digunakan dalam mengkomunikasikan kepada publik tentang nilai kearifan lokal yang dimiliki bangsa kita sehingga dapat meredam isu sara yang kerap terjadi dalam pesta demokrasi. Data dikumpulkan melalui wawancara, dan dokumentasi. Lokasi penelitian berada di kota Medan. Hasil penelitian menyebutkan bahwa (1) nilai kearifan lokal yang dimiliki masyarakat berdasarkan pada nilai yang terkandung dalam Bhineka Tunggal Ika dan juga Pancasila, dan (2) media yang efektif yang dapat digunakan dalam mengkomunikasikan kepada publik tentang pentingnya nilai kearifan lokal melalui pagelaran budaya, pembelajaran di sekolah, media film yang mengangkat unsur budaya, dan sosialisasi yang diselenggarakan oleh Kemendikbud.

Kata Kunci: nilai kearifan lokal, media persuasif, konflik, isu sara, Pilkada

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang terbentuk dari pulau-pulau yang berdaulat menjadi satu kesatuan. Kebudayaan sudah berjalan secara turun temurun sehingga kebudayaan telah terkonsep dalam kehidupan masyarakat dan menimbulkan nilai-nilai yang dipercayai dan sulit untuk dihilangkan. Dalam bahasa asing kearifan lokal disebut juga dengan *local wisdom*, 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. Menurut Rahyono, 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 (Wahyuningsih, 2014: 172). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai kearifan lokal yang dimiliki oleh

masyarakat sehingga dapat menjadi kekuatan dalam meredam konflik isu sara, sekaligus untuk mengetahui media yang tepat dalam mengkomunikasikan kepada publik tentang pentingnya nilai kearifan lokal.

Jati diri sebuah bangsa tidak terbentuk dengan sendirinya, melainkan melalui sebuah proses dan perjuangan yang panjang. Pengolahan lokalitas menjadi nasionalitas adalah pengolahan identitas suku, agama dan golongan yang pluralis menyatu sebagai sebuah bangsa dalam proses menjadi budaya “bhineka tunggal ika” yang berhasil diproklamasikan pada tanggal 17 Agustus 1945. Meskipun demikian, sebagai sebuah *nation-state*, sebetulnya kesadaran kebangsaan telah ada sejak tahun 1928, ketika Sumpah Pemuda diikrarkan yang menyatakan bahwa: satu bangsa, satu tanah air dan menjunjung bahasa persatuan yaitu Indonesia. Di sinilah proses menjadi Indonesia dimulai (Alfian, 2012: 1). Menurut Fuad Hasan, budaya Nusantara yang plural merupakan kenyataan hidup (*living reality*) yang tidak dapat dihindari. Kebinekaan ini harus dipersandingkan bukan dipertentangkan. Keberagaman ini merupakan manifestasi gagasan dan nilai sehingga saling menguat dan untuk meningkatkan wawasan dalam saling apresiasi. Kebinekaannya menjadi bahan perbandingan untuk menemukan persamaan pandangan hidup yang berkaitan dengan nilai kebajikan dan kebijaksanaan (*virtue and wisdom*)³⁰.

Pesta demokrasi harusnya menjadi satu *moment* dimana rakyat melakukan pemilihan secara bebas tanpa syarat, dan tanpa paksaan dari pihak manapun terhadap pemimpin yang akan dipilihnya. Namun selama proses pesta demokrasi berlangsung terdapat beberapa pihak yang dengan sengaja menghembuskan beberapa isu yang dapat menimbulkan konflik. Hal ini dapat kita perhatikan contoh dari permasalahan pemilihan umum sebelumnya yakni; pada saat Pemilihan Presiden (Pilpres) 2014, pada saat itu Jokowi dicap sebagai keturunan Cina, komunis, dan lainnya. Dan saat ini permasalahan yang sedang terjadi konflik isu SARA berhembus kembali terutama pada Pilgub DKI 2017. Terbukti, saat ini diberbagai media sosial beredar berbagai diskusi yang mengeksploitasi soal isu SARA. Politik identitas itu sangat membuat prihatin. Pasalnya, menurut Andar, munculnya tema identitas seperti Muslim, kafir, Cina, diajang politik Tanah Air justru akan merobek kembali tenunan kebersamaan yang selama ini dirajut. Menurut Andar, politik identitas bersifat anomali dan berbarengan dengan Pilgub DKI. Yang lebih memprihatinkan, ada pihak-pihak yang malah melakukan kapitalisasi terhadap politik identitas tersebut. Dia mencontohkan, Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) justru seringkali menikmati sasaran tembak isu sara dan malah menggunakannya untuk menyerang lawan. Ahok pernah melontarkan pernyataan, "meski saya kafir, saya tidak korupsi". Pernyataan ini bukannya meredam, sebaliknya semakin membuat panas kondisi perpolitikan menjelang Pilgub DKI 2017³¹.

Namun, yang mengkhawatirkan adalah konten dari perang opini tersebut yang sering diisi dengan isu SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan). Hal ini bisa dilihat dalam berbagai postingan di media online dan media sosial seperti *twitter* dan *facebook*. Bahkan, beberapa waktu lalu sebuah kelompok menggelar konvensi untuk mencari Calon Gubernur muslim guna menantang Gubernur DKI saat ini yang beragama Kristen, Basuki Tjahaja Purnama pada pilgub 2017 mendatang. Beredarnya isu-isu SARA untuk menyerang kelompok lain menjelang pemilukada DKI 2017 ini tentu saja tidak sehat bagi perkembangan demokrasi di jakarta dan indonesia. Bahkan itu bisa mengancam relasi sosial dan kemanan

³⁰ <http://dgi-indonesia.com/wp-content/uploads/2009/02/menggalikearifanlokalnusantara1.pdf>

³¹ <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/16/05/10/o6ybdo282-isu-sara-di-pilgub-dki-2017-semakin-menggila>

sosial. Konflik sosial bahkan konflik fisik bisa saja terjadi. Pada 1-12 April 2016 lalu, IndoStrategi melakukan survei preferensi sosial politik dengan melibatkan 1200 responden yang dipilih secara acak di empat kota dan satu kabupaten di Provinsi DKI Jakarta. Adapun tujuan dari survei ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap isu-isu SARA yang saat ini mudah ditemui. Hasilnya, survei menunjukkan kecenderungan hubungan yang baik antara warga DKI. Masyarakat Jakarta adalah masyarakat yang cukup dewasa dalam melihat perbedaan etnik, agama, dan bangsa. Dalam hal beragama, mereka memiliki sikap yang inklusif dan moderat, meski memiliki paham keagamaan yang cenderung normatif-konservatif. Menurut Direktur IndoStrategy, Andar Nubowo DEA, masih terdapat potensi konflik akibat isu-isu SARA dalam kampanye Pilgub DKI 2017. Sebanyak kira-kira 29% responden yakin bahwa masyarakat DKI Jakarta bisa terbelah oleh isu-isu SARA. Sedangkan yang menentang keyakinan ini adalah sebanyak 59% dan sisanya sebanyak 10% adalah ragu-ragu. Mengenai kemungkinan terjadinya kerusuhan seperti Mei 1998 melalui momen Pilkada DKI 2017, mayoritas warga DKI menampik kemungkinan ini (62,25%), berlawanan dengan minoritas yang berpandangan sebaliknya (24,2%), dan sisanya ragu-ragu (14,6%). "Meski dari segi prosentasi jumlahnya kecil, tetapi hal ini harus mendapatkan perhatian semua pihak. Jika tidak, masyarakat Indonesia yang inklusif, moderat dan terbuka kepada perbedaan tersebut akan bisa berubah menjadi masyarakat yang beringan jika terus menerus digempur dengan isu-isu SARA," ujar Andar Nubowo saat menggelar diskusi publik bertajuk "Potensi Konflik Sosial Menjelang Pilgub DKI Jakarta 2017" di Hotel Alia, Cikini, Selasa (10/5). Oleh karena itu, Andar menyarankan kepada para kandidat dan tim harus membuat program kampanye yang sejuak dan tidak menggunakan isu kampanye SARA yang belum tentu efektif dalam mempengaruhi pilihan politik. Malahan, justru bisa berakibat buruk kepada persatuan masyarakat DKI Jakarta. "Akhir-akhir ini, setidaknya muncul isu-isu identitas yang berpotensi membelah kebhinekaan, persatuan dan kesatuan bangsa, yakni soal agama, etnik, ras golongan dan bangkitnya komunisme. Isu ini sensitif, karena menyentuh dan menyinggung sentimen publik. Apalagi, Indonesia di masa lalu pernah terjerembab dalam konflik-konflik itu. Maka, Pilkada DKI seyogyanya mencerminkan sebuah panggung demokrasi yang sehat, berkeadilan dan memantapkan demokratisasi dan Indonesia untuk semua,"³².

Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan pelaksanaan pemilihan kepala daerah ([pilkada](#)) serentak gelombang kedua pada 15 Februari 2017. Pilkada diikuti 101 daerah dari tingkat provinsi, kabupaten, dan kota. Daerah yang akan menyelenggarakan [pilkada](#) tersebut terdiri atas 7 provinsi, 76 kabupaten, dan 18 kota. Ketujuh provinsi tersebut yaitu Aceh, Bangka Belitung, DKI Jakarta, Banten, Gorontalo, Sulawesi Barat, dan Papua Barat. Provinsi Aceh merupakan daerah yang akan paling banyak menggelar pilkada pada 2017, yakni satu pemilihan gubernur dan 20 pemilihan bupati dan wali kota.³³

Media merupakan suatu alat yang digunakan sebagai penyalur ide atau gagasan agar dapat mempengaruhi khalayak. Agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat efektif maka media yang digunakan harus selektif atau harus mampu menyesuaikan keadaan serta kondisi dari khalayak yang akan dituju. Istilah persuasi atau dalam bahasa Inggris *persuasion* berasal dari kata Latin *persuasio*, yang secara harfiah berarti hal membujuk, hal mengajak, atau hal meyakinkan (Efendy 1991:103). Menurut Kenneth Anderson, mendefinisikan

³² <http://politikindonesia.co/rubrik/1645/Survei-IndoStrategy-Terdapat-Potensi-Konflik-Akibat-Isu-SARA-Menjelang-Pilgub.html>

³³ <http://pilkada.liputan6.com/read/2436435/ini-101-daerah-yang-gelar-pilkada-serentak-2017>

persuasi adalah : “A process of interpersonal communication in which the communicator seeks through the use of symbols of effect the cognitions of receiver and thus effect a voluntary change in attitude or action desired by the communicator” (Suatu proses komunikasi antarpersona dimana komunikator berupaya dengan menggunakan lambang-lambang untuk mempengaruhi kognisi penerima, jadi secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan komunikator) (Efendy 1991:103).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. “Metode deskriptif kualitatif secara signifikan dapat mempengaruhi substansi penelitian. Artinya bahwa metode kualitatif menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan informan, objek dan subjek penelitian” (Sugiyono, 2008: 3).

Subjek penelitian merupakan orang, benda, ataupun lembaga yang akan diteliti dan akan dijadikan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data oleh peneliti. Subjek dalam penelitian ini adalah rakyat Indonesia yang berada di kota Medan. Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pengertian objek penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2008: 38) bahwa objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun objek penelitian dalam tulisan ini meliputi: kekuatan nilai kearifan lokal yang dapat meredam konflik isu SARA.

Berkenaan dengan tujuan penelitian kualitatif, maka sumber data yang terpenting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi sosial tertentu yang sarat informasi sesuai dengan fokus penelitian (Bungin, 2003: 53). Dalam penelitian ini, peneliti kriteria dalam pemilihan informan, yaitu: informan merupakan orang yang mengikuti perkembangan berita Pilkada 2017 yang bersedia untuk diwawancarai dan berpartisipasi dalam penelitian ini. pada penelitian ini peneliti telah mewawancarai dan telah mendapatkan jawaban sampai pada data jenuh yang telah dikemukakan oleh empat orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: wawancara mendalam (*depth interview*), dan dokumentasi. “Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan pemarkan kesimpulan” (Sugiyono 2008: 333-345).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian mengenai kekuatan nilai kearifan lokal sebagai media persuasif dalam meredam konflik isu SARA pada Pilkada 2017 adalah masyarakat yang ada di kota Medan yang turut memperhatikan kondisi masalah yang kerap terjadi pada acara pesta demokrasi. Penelitian menggunakan metode wawancara dan untuk sampai pada saat ini peneliti baru mewawancarai 4 orang yang dapat mewakili warga kota Medan antara lain: Wahyudi Hidayat (WH), Rinaldi Saputra (RS), Ilham (IH), Slamet Riyadi (SR).

Kearifan lokal merupakan kebudayaan suatu daerah yang bernilai baik dan dapat dijadikan acuan dalam aturan kehidupan suatu daerah. Kearifan lokal juga lahir berdasarkan norma agama yang dianut oleh daerah tertentu sehingga mampu mencerminkan nilai budaya yang dimiliki satu daerah tertentu dengan mayoritas daripemeluk agamanya, hal ini dapat dilihat dalam kutipan wawancara berikut ini:

“...kearifan lokal sendiri biasanya muncul dari kebudayaan yang telah terbentuk di jaman dahulu, percampuran antara karakteristik dari norma agama yang dianut sampai pada karakteristik dari bentuk tempat tinggalnya...” (WH)

“...kearifan lokal itu budaya setempat yang menjadi satu identitas pada wilayah itu...” (RH)

“...kearifan lokal...merupakan budaya setempat yang memiliki nilai-nilai tertentu dalam mengatur kehidupan masyarakat sekitarnya...” (IH)

“...ya...kearifan lokal nilai serta kebiasaan pada satu daerah tertentu yang kemudian dijadikan satu budaya sebagai hasil dari kebiasaan yang sering dilakukan dan membawa nilai baik dalam mengatur, serta memenuhi kebutuhan masyarakatnya...” (SR)

Nilai kearifan lokal ternyata memiliki kekuatan nilai yang sangat kuat dalam mempengaruhi masyarakatnya dalam mempertahankan dan melestarikan budaya, terutama dimasa sekarang yang sedikit demi sedikit sudah mulai terkikis. Hal ini dapat dilihat pada kutipan wawancara berikut ini:

“...budaya kita memang sudah mulai terkikis hal ini dapat dilihat pada era globalisasi dan teknologi...” (WH)

“...ya tentu saja budaya kita memang sudah berubah baik dari nilai sopan santun maupun etika dikarenakan banyaknya nilai budaya dari negara lain yang masuk secara bebas dan kearifan lokal dibutuhkan untuk dapat mempertahankan kebudayaan yang ada...” (RS)

“...individual bukan merupakan budaya bangsa kita...budaya bangsa kita adalah tolong menolong, tenggang rasa...namun kini sudah bergeser pada individualis dan juga egosentrisme sehingga kekuatan nilai kearifan lokal tentu saja dibutuhkan...” (IH)

“...pergeseran budaya pasti ada namun kearifan lokal sendiri bisa menjadi satu kekuatan agar budaya yang ada tetap lestari...” (SR)

Ternyata kekuatan nilai kearifan lokal dapat menjadi media persuasif dalam meredam konflik isu SARA pada Pilkada 2017 dikarenakan masyarakat diingatkan kembali akan nilai-nilai yang dimiliki oleh bangsa kita, seperti tenggang rasa, saling menghormati antarpemeluk agama, gotong royong dan yang lainnya. Nilai kearifan lokal yang menjadi kekuatan bangsa adalah nilai dalam Bhineka Tunggal Ika dan Pancasila. Hal ini dapat dilihat dalam kutipan wawancara berikut ini:

“...kalo kekuatan nilai kearifan lokal bangsa ini Bhineka Tunggal Ika...berbeda-beda tetapi tetap satu jua...” (WH)

“...nilai kearifan lokal...gotong royong, tolong menolong, trus Bhineka Tunggal Ika, Pancasila...” (RS)

“ya...kalo kita kembali pada nilai ke-Bhineka Tunggal Ika-an kita dan juga Pancasila mungkin para elit politik yang harus lebih memahami lagi hal ini...sehingga tidak terjadi kondisi seperti pada saat ini...” (IH)

“...kearifan bangsa kita yang paling tepat adalah Bhineka Tunggal Ika dan Pancasila...” (SR)

Media yang dapat digunakan untuk memberikan informasi dan juga pendidikan tentang nilai dari kearifan lokal yang dimiliki oleh bangsa kita melalui media elektronik yang mampu menjangkau seluruh khalayak yang anonym seperti pada pemutaran film yang dapat mengangkat kekuatan nilai budaya, pagelaran budaya, sosialisasi ke sekolah dan masyarakat yang berkerjasama dengan Kemendikbud. Hal ini dapat dilihat dalam kutipan wawancara berikut ini:

“...bisa juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat sekitar tentang nilai kearifan lokal kita...” (WH)

“...diingatkan kembali terhadap nilai Bhineka Tunggal Ika serta Pancasila yang kita miliki...” (RS)

“...kita bisa melakukannya dengan melakukan pagelaran budaya setempat, ataupun menonton film yang dapat mengangkat kebudayaan setempat, pendidikan sekolah pun tetap harus digalakkan terutama nilai ke-Bhineka Tunggal Ika-an...”

“...berkerjasama dengan kemendikbud juga bisa agar masyarakat dapat diingatkan kembali tentang nilai Bhineka Tunggal Ika dan Pancasila...”

Pembahasan

Kebudayaan daerah dan etnis pada masing-masing daerah menunjukkan karakteristik keragaman bangsa Indonesia. Setiap karakteristik tersebut memiliki nilai luhur serta mengandung nilai kearifan, karena pada masa lalu demi mempertahankan, mensejahterakan, serta memenuhi kebutuhan hidup maka para leluhur menggunakan sumber nilai dan kreativitas yang dimilikinya. Masing-masing etnis akan memiliki kebudayaannya masing-masing, sebagai contoh: etnis Lampung yang dikenal terbuka menerima etnis lain sebagai saudara (adat muari, angkon), etnis Batak juga terbuka, Jawa terkenal dengan tata-krama dan perilaku yang lembut, etnis Madura dan Bugis memiliki harga diri yang tinggi, dan etnis Cina terkenal dengan keuletannya dalam usaha. Demikian juga etnis-etnis lain seperti, Minang, Aceh, Sunda, Toraja, Sasak, Nias, juga memiliki budaya dan pedoman hidup masing yang khas sesuai dengan keyakinan dan tuntutan hidup mereka dalam upaya mencapai kesejahteraan bersama.³⁴

Penulis menyampaikan hasil dari wawancara tentang Nilai kearifan lokal yang dapat menjadi kekuatan dalam meredam konflik isu SARA yang kerap terjadi pada pesta demokrasi ini adalah bahwa budaya dari masyarakat sudah mulai tergeser sedikit demi sedikit atas pengaruh budaya luar, ini ditandai dengan digempurnya berbagai alat teknologi yang semakin lama semakin canggih dan juga sampai hampir tidak terdapat kembali ruang untuk kehidupan pribadi karena banyaknya media sosial yang tersebar.

Dari beragam kebudayaan dan etnis yang hidup berdampingan sebagai satu Negara kesatuan rakyat Indonesia memiliki kekuatan nilai kearifan lokal Bhineka Tunggal Ika dan Pancasila. Bhineka tunggal Ika seperti pada slogannya “berbeda-beda tetapi tetap satu jua” yang dapat diartikan juga sebagai persatuan dalam perbedaan, hal ini mengandung makna sebagai suatu ekspresi dalam kehidupan yang kuat demi mencapai kesatuan dan persatuan

³⁴ [http://staff.unila.ac.id/abdulsyani/2013/04/17/kearifan-lokal-sebagai-aset-budaya-bangsa-dan-
implementasinya-dalam-kehidupan-masyarakat/](http://staff.unila.ac.id/abdulsyani/2013/04/17/kearifan-lokal-sebagai-aset-budaya-bangsa-dan-implementasinya-dalam-kehidupan-masyarakat/)

dikalangan lapisan masyarakat baik yang berbeda secara karakteristik namun masih memiliki karakteristik dasar budaya yang sama dikalangan masyarakatnya.

Pemahaman nilai ke-Bhineka Tunggal Ika-an harus dijadikan arahan, pedoman, serta acuan bagi setiap orang dalam bertindak, membangun serta memelihara kehidupan berbangsa dikarenakan masyarakat kita merupakan masyarakat yang *multicultural*. Penerapan nilai ke-Bhineka Tunggal Ika-an harus tercermin baik dari segi pola pikir, sikap dan tindakan yang lebih mengutamakan kepentingan Negara dibandingkan kepentingan pribadi ataupun kepentingan kelompok. Seharusnya nilai ke-Bhineka-an Tunggal Ika ini idealnya dapat terintegrasi dalam kehidupan politik, sosial budaya, dan seluruh aspek kehidupan dalam bernegara dan berbangsa sehingga akan mewujudkan kehidupan yang sehat dan dinamis. Sebagai contoh pada aspek politik yang berhubungan dengan Pilkada 2017 apabila antara penganut agama yang berbeda mampu saling menghormati dan berkerjasama tentunya kasus penistaan agama yang kini sedang terjadi pada salah satu Cagub ini tentu tidak akan terjadi. Dan seandainya pada tim sukses pun memahami betul akan nilai ke Bhineka Tunggal Ika-an maka mereka akan memahami akan kepentingan Negara dan bangsa merupakan hal yang paling utama dari pada kepentingan kelompok sehingga mencoba menjauhkan strategi isu SARA dalam pemenangan calonnya.

Apabila nilai ke-Bhineka Tunggal Ika-an diterapkan serta diaktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari maka akan menciptakan tatanan masyarakat yang sejahtera serta makmur secara adil dan merata. Pemahaman nilai ke-Bhineka Tunggal Ika-an harus mampu dipahami oleh masyarakat sehingga masyarakat mampu untuk berinteraksi secara sinergis antara daerah yang satu dengan daerah yang lain yang tentunya memiliki perbedaan dari budaya, etnis, bahasa, agama hingga strata sosial, sehingga interaksi ini mampu mewujudkan daya saing yang baik serta kesejahteraan dan kemakmuran kehidupan masyarakat.

Pancasila merupakan lambang negara dan filsafat hidup bangsa Indonesia yang telah terbentuk menjadi salah satu nilai kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat kita sebagai sumber nilai dalam mempertahankan hidup, mensejahterakan sampai dalam memenuhi kebutuhan hidup rakyatnya. Pancasila merupakan dasar negara yang memiliki nilai yang bersifat hierarkis sistematis fundamental serta satu kesatuan yang menyeluruh melingkupi seluruh rakyat Indonesia dari Sabang sampai Merauke serta member makna pada setiap aspek kehidupan bermasyarakat, berkebangsaan, dan berkenegaraan dalam landasan Ketuhanan yang Maha Esa, Kemanusiaan, Persatuan, Kerakyatan dan Keadilan yang merupakan pokok-pokok pikiran yang fundamental. Pemikiran ini bertolak dari suatu pandangan bahwa negara bangsa adalah suatu persekutuan hidup manusia atau organisasi kemasyarakatan yang merupakan masyarakat hukum (*legal society*), maksudnya, negara persekutuan hidup manusia sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa (hakikat sila pertama) yang pada hakikatnya bertujuan untuk meningkatkan harkat dan martabat manusia sebagai makhluk yang berbudaya atau beradab (hakikat sila kedua), membentuk suatu ikatan (hakikat sila ketiga), bersifat demokratis (hakikat sila keempat), dan memiliki prinsip keadilan yang timbul dalam kehidupan bersama/kehidupan sosial (hakikat sila kelima), yang secara kausalitas memiliki nilai kerohanian yang bersifat objektif dan juga subjektif.³⁵ Secara ilmiah dapat dikatakan bahwa satu masyarakat, satu bangsa selalu memiliki pandangan hidup yang berbeda dengan seluruh bangsa yang ada di dunia ini, perbedaan inilah yang biasanya disebut sebagai *local genius* (kecerdasan/kreatifitas lokal) dan sekaligus sebagai *local wisdom* (kearifan lokal) bangsa.

³⁵ <http://pendidikansejarahunimed.blogspot.co.id/2012/01/nilai-nilai-bhinneka-tunggal-ika-dalam.html>

Nilai merupakan sesuatu hal yang terkandung di hati nurani manusia yang mendasar dan prinsip akhlak yang merupakan keindahan dan keutuhan hati seseorang, sehingga kekuatan nilai yang terkandung dalam kearifan lokal yang dimiliki bangsa Indonesia dapat dijadikan satu media persuasif dalam mempengaruhi masyarakat agar bertindak dan berfikir secara positif. Persuasif merupakan usaha dimana orang dapat mengubah sikapnya melalui penggunaan pesan yang terfokus pada karakteristik komunikator dan komunikannya, sehingga pada komunikasi persuasif ini komunikator berusaha untuk mengubah komunikasi baik secara kognitif maupun secara afektif. Media persuasif yang dapat dipergunakan dalam menuangkan kembali akan nilai kearifan lokal yang kita miliki mampu dilakukan dengan menggunakan pagelaran budaya sebagai medianya, pembelajaran di sekolah dengan menggunakan media teater dan juga media film yang mengangkat unsur budaya, dan sosialisasi yang diselenggarakan oleh Kemendikbud. Namun media tersebut juga membutuhkan kerjasama dengan berbagai pihak agar hal tersebut dapat dilaksanakan sehingga generasi muda memiliki kearifan lokal sebagai benteng pada saat terdapat nilai budaya asing yang buruk seperti individual yang nantinya dapat terdorong pada isu SARA dan juga bagi seluruh masyarakat Indonesia agar mengkat kembali nilai kearifan lokal yang telah mempersatukan seluruh rakyat yang pluralistik.

Tentunya dengan menyadari akan nilai dari Bhineka Tunggal Ika dan Pancasila seluruh masyarakat, pemimpin bangsa, elite politik dapat mengingat kembali akan nilai filsafat yang dipegang teguh oleh bangsa dan negara kita terutama pada awal negeri ini mulai merdeka, apabila kekuatan nilai kearifan lokal ini selalu kita lestraiikan, kita ingat dan kita laksanakan maka konflik isu SARA yang kerap terjadi dapat diredam karena tidak ada yang memulai untuk menghina satu sama lain karena semua orang saling menghormati dan tenggang rasa.

PENUTUP

Bahwasanya negara Indonesia merupakan negara kesatuan yang terbentuk dari budaya dan etnis yang berbeda yang berjanji dan bersepakat untuk membentuk satu negara kesatuan yang memiliki nilai ke-Bhineka Tunggal Ika-an dan juga negara yang dilandasi oleh Pancasila. Nilai kearifan lokal ini merupakan dasar dari kekuatan negara yang kita punya serta identitas yang tidak dimiliki oleh negara manapun di dunia. Untuk mensosialisasikan kembali serta mengingatkan dan menanamkan kembali nilai dari Bhineka Tunggal Ika dan Pancasila tersebut maka diperlukan dilakukannya pagelaran budaya sehingga nilai-nilai yang terkandung dalam masing-masing budaya dapat ditunjukkan kepada masyarakat, melalui pendidikan anak sekolah melalui film yang mengangkat kebudayaan, sosialisasi kepada masyarakat yang berkerjasama dengan Kemendikbud.

Kemendikbud hendaknya memberikan program-program dalam memberikan pengetahuan tentang kearifan lokal yang mulai dilupakan, masing-masing daerah hendaknya mengadakan pagelaran budaya agar budaya tersebut dapat dilestarikan. Dalam memberikan sosialisasi pada anak sekolah hendaknya melalui film karena siswa lebih tertarik pada dunia film sehingga nilai budaya yang terkandung lebih cepat meresap.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2003. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
Effendy, Onong Uchjana. 1991. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: CV Mandar Maju.

Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Wahyuningsih, Sri. 2014. Kearifan Budaya Lokal Madura Sebagai Media Persuasif (Analisis Semiotika Komunikasi Roland Barthes dalam Iklan Samsung Galaxy Versi Gading dan Giselle di Pulau Madura). *Sosio Didaktika: Vo;.1, No 2*.

<http://dgi-indonesia.com/wp-content/uploads/2009/02/menggalikearifanlokalnusantara1.pdf>

<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/16/05/10/o6ybdo282-isu-sara-di-pilgub-dki-2017-semakin-menggila>

<http://politikindonesia.co/rubrik/1645/Survei-IndoStrategy-Terdapat-Potensi-Konflik-Akibat-Isu-SARA-Menjelang-Pilgub.html>

<http://pilkada.liputan6.com/read/2436435/ini-101-daerah-yang-gelar-pilkada-serentak-2017>

<http://staff.unila.ac.id/abdulsyani/2013/04/17/kearifan-lokal-sebagai-aset-budaya-bangsa-dan-implementasinya-dalam-kehidupan-masyarakat/>

<http://pendidikansejarahunimed.blogspot.co.id/2012/01/nilai->

KOMUNIKASI DAN TOLERANSI ANTARA PENGELOLA PURA PARAHYANGAN AGUNG JAGATTKARTA YANG BERAGAMA HINDU DENGAN PEKERJA DAN MASYARAKAT SEKITAR YANG BERAGAMA ISLAM

Siti Karlinah & Wawan Setiawan
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung Sumedang Km.24
skarlinah@yahoo.com & wansetiaone@gmail.co.id.

Abstrak

Keberadaan tempat sembahyang umat Hindu, Pura Parahyangan Agung Jagatkartta (PAJK) di tengah-tengah wilayah pemukiman yang mayoritas beragama Islam, dan sebagian besar pekerjanya juga muslim menjadi keunikan tersendiri karena tidak pernah terjadi konflik diantara mereka. PAJK yang terletak di kaki Gunung Salak, Desa/Kecamatan Tamansari kabupaten Bogor ini selain digunakan tempat ibadah agama Hindu dari berbagai pelosok di Indonesia, juga sering dikunjungi oleh umat agama lain untuk melakukan ritual agamanya masing-masing tanpa ada hambatan. Komunikasi dan toleransi yang terjadi diantara mereka menjadi penting untuk dikaji dengan menggunakan metode penelitian Studi Kasus. Tujuan penelitian adalah, untuk mengetahui komunikasi pengelola PAJK dengan para pekerja dan masyarakat sekitar, untuk mengetahui makna toleransi beragama bagi pengelola, pekerja dan masyarakat di Pura, serta Sikap dan praktik Toleransi diantara mereka. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan : observasi, wawancara dengan 15 informan yang beragam, dan penelaahan dokumen yang terkait.

Simpulan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antara pengelola PAJK dengan pekerjanya bersifat *casual dyadic interacion* dan *formal dyadic interaction*, sementara komunikasi antara pengelola PAJK bersifat *casual dyadic interaction* saja. Pemahaman toleransi bagi pengelola PAJK di level atas bersifat filosofis, sedangkan pemahan dan sikap toleransi bersifat praktis sesuai dengan latar belakang pendidikan mereka yang rendah. Keberadaan PAJK di lingkungan masyarakat muslim dan para pekerja yang beragama Islam tidak menimbulkan konflik, karena terdapat motif ekonomi bagi para pekerja PAJK dan masyarakat sekitar.

Kata Kunci : Komunikasi, toleransi, *Casual Dyadic Interaction*, *Formal Dyadic Interaction*.

PENDAHULUAN

Pura Parahyangan Agung Jagatkkarta yang selanjutnya disingkat PAJK, sesuai dengan fungsinya adalah tempat untuk ibadah umat Hindu. PAJK terletak di Desa dan Kecamatan Tamansari kabupaten Bogor yang masyarakat sekitarnya beragama Islam, dan sebagian besar para pekerjanya juga beragama Islam. Di samping itu, kesehariannya PAJK dikunjungi tidak hanya oleh umat Hindu yang melakukan ritual keagamaan, namun umat beragama lain juga melakukan kunjungan, dari yang hanya melakukan wisata, sampai melakukan semedi. Selama keberadaannya dari tahun 1995 sampai saat ini belum pernah terjadi konflik kecil sekalipun. Fenomena tersebut di atas memperlihatkan kondisi yang unik, karena keberadaan tempat ibadah agama minoritas di tengah mayoritas agama lainnya biasanya rawan memicu konflik, sebagaimana pendapat Masdar Hilmy dalam artikelnya yang dimuat di surat kabar

Kompas, 10 September 2016 mengatakan “kita sedang berdiri di atas fondasi toleransi yang rapuh yang sewaktu-waktu meledak jika diprovokasi”.

Masyarakat yang berbeda suku, budaya dan agama yang hidup dalam satu wilayah sama memiliki kecenderungan terjadinya konflik. Di Indonesia, kasus Tolikara, Aceh Singkil dan Tanjungbalai Asahan merupakan contoh nyata pertikaian berbasis agama. Kasus konflik agama diangkat sebagai topik penelitian, diantaranya dilakukan oleh Turnomo pada tahun 2016 di Semarang dan Surakarta dengan judul *Membangun Model Komunikasi Dalam Masyarakat Multiagama*. Latar belakang penelitian Turnomo, bahwa praktik kehidupan dalam bermasyarakat majemuk masih diwarnai dengan perilaku komunikasi yang terpolarisasi. Temuan penelitian : mereka menegaskan bahwa konflik karena perbedaan agama tidak perlu diselesaikan dengan cara-cara kekerasan . Agama bukan menjadi sarana untuk menyampaikan kebencian atau permusuhan. Menolak pandangan bahwa agama yang mereka yakini lebih baik dari agama orang lain. Bersikap toleran dengan menghormati nilai-nilai dan kebiasaan – kebiasaan agama lain. Menolak pandangan bahwa orang akan memperoleh kebahagiaan bila memeluk agama orang lain. Penelitian ini juga mengemukakan Temuan kualitatif , bahwa para responden dapat berbuat buruk dan menciptakan perpecahan hanya dengan satu bendera, yakni Agama. Agama juga adalah alat yang murah dan efektif untuk membuat kekacauan.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Charlene Tan di Singapura yang ditulisnya dalam artikel dengan judul : *Creating ‘good citizens’ and maintaining religious harmony in Singapore*. Artikel ini berpendapat bahwa tantangan bagi para pemeluk agama Kristen adalah untuk melaksanakan kewajiban mereka sebagai warga sipil, juga memenuhi kewajibannya untuk menjalankan perintah agama dan menyebarkannya di saat yang bersamaan. Di sisi lain, warga yang memeluk agama Islam di Singapura menghadapi tantangan untuk menjalankan hidup yang seimbang baik sebagai warga sipil juga kewajibannya sebagai umat Islam dalam menghadapi kebangkitan Islam fundamental. Tantangan terbesar bagi pemerintah Singapura adalah untuk menggalakkan konsep ‘*good citizens*’ (warga negara yang baik) dengan memperhitungkan keberagaman agama, sehingga tugas pemerintah dengan masyarakat yang memiliki keberagaman agama merupakan tugas yang sulit, karena agama seringkali menjadi potensi perpecahan.

Faktor mendasar mengapa fenomena keberadaan PAJK di tengah pemukiman muslim tidak menimbulkan konflik, diantaranya adalah berfungsinya faktor komunikasi dan berkembangnya toleransi. Namun demikian, bagaimana komunikasi yang terjadi antara pengelola PAJK dan para pekerjanya serta dengan masyarakat sekitar, serta bagaimana toleransi yang berkembang di lingkungan PAJK, itulah yang menjadi masalah penelitian ini. Dengan demikian, tujuan penelitian adalah untuk :1) mengetahui komunikasi antara pengelola PAJK dengan para pekerjanya dan komunikasi dengan masyarakat sekitar PAJK; 2) untuk mengetahui makna toleransi bagi Pengelola, pekerja PAJK dan masyarakat sekitarnya; 3) untuk mengetahui manifestasi toleransi dalam sikap sehari-hari. Sebagaimana hasil pengamatan, tergambar bahwa para pengelola operasional PAJK berkomunikasi dengan

para pekerjanya dan dengan masyarakat sekitar umumnya merupakan komunikasi antarpersona. Dengan demikian pada penelitian ini menggunakan komunikasi antarpersona sebagai salah satu teori untuk membahasnya dan Teori Konstruksi Sosial Atas Realitas dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann.

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian yang menyangkut Agama dan Budaya, karena agama dan budaya tidak dapat dipisahkan sebagaimana dikemukakan Hadikusuma dalam bukunya Antropolgi Agama (1983:2) bahwa agama bukan hasil pemikiran umat manusia, karena agama adalah berdasarkan “wahyu Allah” yang diturunkan lewat pesuruhNya (Al-Qur’an dan terjemahannya, 1974:41). Namun tidak dapat dielakan bahwa agama dan ajarannya itu tidak akan berkembang meluas tanpa agama, dengan kata lain bahwa agama tidak akan dianut umatnya tanpa budaya.

METODE PENELITIAN

Fenomena keberadaan Pura Parahyangan Agung Jagatkkarta sebagai tempat ibadah umat Hindu di tengah masyarakat Desa/Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor yang masyarakatnya beragama Islam dan tidak pernah menimbulkan konflik merupakan sebuah fenomena yang unik. Keunikkan tersebut tercipta karena faktor-faktor yang terkait dengan fenomena tersebut, diantaranya adalah, faktor komunikasi, faktor manusia sebagai pelaku komunikasi yang mengutamakan aspek-aspek komunikasi yang efektif. Dengan kata lain, fenomena ini menunjukkan sebuah kasus khusus, sehingga untuk mengungkap kondisi ini, peneliti menggunakan metode penelitian **Studi Kasus**. Seperti dikemukakan Mulyana (2006:201), studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Terkait dengan penelitian ini, maka fokus penelitiannya adalah komunikasi dan toleransi dari individu dalam suatu kelompok serta situasi sosial yang terjadi dalam proses komunikasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang utama adalah wawancara mendalam, observasi dan kepustakaan. Sementara pemilihan subjek penelitian dilakukan dengan cara purposif, yakni penentuan subjek berdasarkan kriteria yang telah dicanangkan dengan mempertimbangkan peran dan fungsi subjek, waktu dalam melaksanakan fungsi tersebut, serta bersifat multi sumber. Atas pertimbangan kriteria tersebut, maka telah terpilih sebanyak 15 subjek sebagai informan penelitian. Mereka terdiri dari Ketua Yayasan Giri Tamansari (Hindu), Sekretaris yayasan sekaligus sebagai Ketua Parisade umat Hindu, Penanggung jawab operasional Pura, Penanggung jawab ritual keagamaan, para pekerja, para pemilik warung, dan Ketua RT setempat. Sebagaimana hasil penentuan subjek penelitian yang telah dilakukan dengan cara purposif, maka data-data ke lima belas informan tersebut dapat dilihat dalam Tabel 1 berikut :

Tabel 1.
Informan Penelitian

No	Nama	Sex	Usia	Pendidikan	Jabatan	Agama
1	Prof. Dr. Ir. W.L	L	57	S3	Ketua Pangempon	Hindu
2	Ir. Wayan S.	L	45	S2	Ketua Parisade	Hindu
3	Mangku Drs	L	49	SMU	Pemangku/ Pelaksana	Hindu
4	Mangku Ngh	L	52	SMU	Pemangku/ Pelaksana	Hindu
5	I. Made B	L	40	SD	Petugas Harian	Hindu
6	Udn	L	30	SD	Petugas Kebersihan	Islam
7	Iwn	L	41	SMP	Petugas Kebersihan	Islam
8	Aki	L	32	SMP	Petugas Kebersihan	Islam
9	Amh	P	46	SD	Petugas Kebersihan	Islam
10	Wti	P	45	SD	Masak	Islam
11	Odd	L	38	SMP	Petugas Keamanan	Islam
12	Ddh	L	38	SD	Berjualan/ Warung	Islam
13	Krm	P	35	SD	Berjualan/ Warung	Islam
14	Enm	P	60	SD	Berjualan/ Warung	Islam
15	Spr	L	47	SMU	Ketua RT	Islam

Sumber : Hasil Penelitian 2015

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Sesuai dengan Tujuan Penelitian, maka paparan hasil penelitian terbagi menjadi tiga subjudul, yakni 1) Komunikasi Para Informan di lingkungan PAJK ; 2) Makna Toleransi Bagi Para Informan di Lingkungan PAJK; 3) Sikap dan praktik Toleransi Informan di PAJK.

Komunikasi Para Informan di Lingkungan PAJK

Dari pengamatan yang dilakukan, maka proses komunikasi dan interaksi yang terjadi di PAJK meliputi komunikasi diantara keempat yakni Pengelola Administratif, Pengelola Pelaksana Keagamaan, Para Pekerja dan Masyarakat sekitar Pura. Komunikasi yang terjadi antara pihak-pihak yang berada di wilayah PAJK memperlihatkan adanya keberagaman, baik dari aspek intensitas, bahasa yang digunakan, maupun konteks pesan. Pihak Pengelola PAJK yang menjadi Ketua Pangempon dan Ketua Parisade tidak tinggal di Pura, melainkan tinggal di Jakarta dan Bogor. Mereka hanya sesekali datang ke Pura sesuai kepentingan, terutama

bila ada upacara hari-hari Besar agama Hindu. Oleh karenanya Komunikasi yang terjadi antara pengelola administrasi dan pelaksana ritual agama cukup intensif melalui Telefon Genggam dan selalu menggunakan bahasa Bali, serta fokus pada konteks pengelolaan PAJK. Pengelola Administrasi PAJK hampir tidak pernah berkomunikasi dengan para pekerja, kecuali kalau mereka datang saat persiapan upacara agama namun hanya bertegur sapa, tidak lebih. Sementara dengan masyarakat sekitar, Pengelola PAJK tidak pernah sama sekali berkomunikasi.

Komunikasi yang intensif terjadi antara Pengelola yang tinggal di PAJK dengan para pekerja dalam konteks pekerjaan dengan menggunakan bahasa Indonesia, seperti penuturan Odd. :”..Ngobrol na sok ku bahasa Indonesia, margi anjeunna teu tiasaeun Sunda, urang teu tiasa Bali” (Ngobrol menggunakan bahasa Indonesia, karena mereka tidak bisa bahasa Sunda dan saya tidak bisa bahasa Bali). Sementara suasana komunikasinya bersifat akrab seperti penuturan Iwn :”..Akrab sih , tos kawas lain jeung sasaha, di dieu kawas jeung keluarga”(Komunikasi akrab seperti dengan keluarga). Komunikasi antar sesama pekerja, baik yang orang Bali agama Hindu dan pekerja orang Sunda agama Islam, berlangsung dalam suasana yang sangat akrab dengan bahasa Indonesia, kadang masing-masing menyisipkan bahasa daerahnya di luar bahasa Indonesia, dan dalam konteks pekerjaan/formal , maupun informal (obrolan sehari-hari). Bagi para pekerja khusus orang Bali berkomunikasi dengan masyarakat sekitar Pura (Warung/warung makan) berlangsung saat pegawai Pura membeli makanan, maka konteks pesannya adalah seputar makanan, diantaranya adalah berbagi resep makanan khas Bali, yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Komunikasinya berlangsung secara informal dengan menggunakan bahasa Indonesia.

Makna Toleransi Bagi Para Informan di Lingkungan PAJK

Toleransi merupakan konsep yang penting dalam membicarakan hubungan antar agama, suku dan budaya. Toleransi senantiasa dimaknai berbeda orang perorang sesuai konteks dan latar belakang pihak yang mengemukakannya. Terkait keberadaan Pura Agung jagattjarta (PAJK) di Desa Tamansari kabupaten Bogor di pemukiman dan masyarakat Muslim, maka para informan mengemukakan pendapatnya tentang toleransi sebagai berikut : Prof.W.L. sebagai pengelola Yayasan yang bertanggung jawab atas PAJK, yang sehari-harinya bekerja di Departemen Pertanian mengemukakan, bahwa toleransi adalah sesuatu yang bagus dan perlu ditingkatkan dan dipelihara baik untuk kelangsungan hidup manusia yang sangat beragam.

Menurutnya, toleransi adalah saling memahami adanya perbedaan serta saling menghargai cara-cara dalam melaksanakan agama masing-masing.

Sama halnya seperti apa yang dikemukakan oleh Prof. W. L, Ketua Parisade ,Wayan S. mengemukakan bahwa masalah toleransi antara PAJK dengan masyarakat sekitar berjalan sangat bagus. Toleransi menurut Wayan S. Adalah “..saling menghargai apa yang dilakukan masing-masing, tidak mencampuri urusan orang lain, tidak saling menyalahkan dan menjauhi hal-hal yang tidak ada gunanya”. Sementara menurut Mangku Drs., “..Toleransi adalah saling menjaga perasaan orang-orang dari agama manapun, tidak bersifat angkuh atas agama masing-masing, tidak merasa paling soleh, orang lain najis, semua orang punya budi pekerti dan yang mengantar kita nanti adalah perbuatan baik atau buruk. Agama bukan alat untuk berkuasa, tapi agama untuk pembinaan spiritual”. Sebagai Pemangku agama, Mangku Ngh memaknai toleransi adalah :“ saling asih,saling asah, saling asuh. Toleransi di bidang apapun kalau bagus dilaksanakan dengan baik pasti engga ada pertengkaran”. Bagi Made B. Yang kesehariannya sebagai penjaga akses masuk pura, memaknai toleransi sebagai: “ ...melaksanakan kewajiban masing-masing agama dan patuh pada agamanya”.

Dengan menggunakan bahasa Sunda campur bahasa Indonesia, dan kata-kata sederhana, sesuai dengan tingkat pendidikannya para pekerja PAJK dan para pedagang sekitar pura mengemukakan pemahamannya tentang toleransi seperti menurut Udn : “jadi pokona *urang* (kita) saling hormat sareng saling menghargailah, sasama agama. *Anu dijaga pan agama aya lima , nyatea. agama Islam, kristen, hindu, nepi ka budha, naon sih riributan da euweuh untungna sarua jeung marebutkeun pepesan kosong*”(yang dijaga ada lima, kita tidak usah ribut karena tidak akan ada untungnya sama dengan memperebutkan hal yang sia-sia). Udn menambahkan :” *nu penting urang teu ngajak, masalah agama urang masing-masing, nu pentingna urang jujur ulah saling panatik lah. Ari panatik teh ibaratna ulah sok ngomongkeun agama batur, tungtungna lain bener tapi ribut*”. (.yang penting kita tidak mengajak, masalah agama masing-masing. Yang penting kita jujur tidak fanatik. Fanatik itu adalah tidak membicarakan orang lain, karena akhirnya akan ribut). Sementara Iwn memaknai toleransi dengan menjawab : “Saya mah awan masalah agama, yang penting sama-sama menghormati urang Hindu atawa muslim, tujuanna mah *sarua* (sama) cuman carana wungkul nu beda”. Menurut Kml, pedagang sekitar Pura, “...*ibu teu terang masalah toleransi beragama, namung ah pokonamah abdi mah di dieu mah masing-masing aja, mereka-mereka, kita-kita, keyakinan masing-masing kitu aja, da mereka ge teu ngaganggu ka urang pangpang namah janten sae we lah*”(..Ibu tidak tahu toleransi, tapi yang penting

masing-masing saja, karena mereka juga tidak mengganggu kita..intinya kita jadi baik lah). Menurut petugas keamanan, Odd, toleransi dipahami dengan “...urang kedah saling jagi akidah, istilahna ulah ngalarang kana ibadah, kana kagiatan urang, kana solat urang, rek ririungan ngaji kitu tah ulah ngalarang kitu.”(..kita harus saling menjaga akidah, jangan melarang untuk beribadah, termasuk sholat dan mengaji).

Sikap dan praktik Toleransi Para Informan di PAJK

Ketika dua pihak berkomunikasi, maka mereka akan saling menyesuaikan diri untuk memudahkan proses komunikasi. Kesamaan-kesamaan yang terdapat pada para pelaku komunikasi akan menciptakan komunikasi yang efektif, dimana tujuan komunikasi tercapai. Penyesuaian diantara keduanya merupakan bagian dari adaptasi, karena dalam proses penyesuaian itu terkandung penyesuaian dalam hal nilai-nilai, kebiasaan-kebiasaan serta norma-norma yang diyakini masing-masing. Dalam konteks kehidupan di PAJK, tercermin adanya adaptasi dari para informan, seperti pemaparan berikut : “Berhubung abdi damel di dieu, abdi terang istilah purnama, tilem, kanjeng kliwon. Mun tilem, ceuk bahasa Bali namah nyunyuguh ka karuhun-karuhun anu di dieu, nyunyuguh mah mamawa sasajen di luhur di tempat sembah”. (Udn). Ketika bekerja dan memasuki wilayah-wilayah sakral seperti pelinggih-pelinggih, Udn juga akan mengikuti aturan yang berlaku dalam hal berpakaian.

Pengelola Pura sebagai Lembaga dari mulai berdiri sampai saat ini beradaptasi dalam proses pembangunannya yang selalu berkoordinasi dengan Pemerintah dan masyarakat setempat, baik secara administratif, maupun secara sosiologis.

Makna toleransi bagi para informan sudah jelas tergambar, maka bagaimana perwujudan toleransi tersebut dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat dari pernyataan-pernyataan atas sikap yang mereka lakukan sebagaimana yang peneliti saksikan selama observasi. Mangku Ngh dan Mangku Drs. sebagai pengelola upacara agama selalu bersedia membantu para pengunjung yang akan sembahyang, mau bersemedi, maupun hanya melihat-lihat Pura dan mereka tidak pernah membedakan apapun agama dan baju yang dipakainya apalagi memaksa untuk ikut agama Hindu. Secara institusi Parisade Hindu Darma di Bogor di bawah kepemimpinan Wayan S. Aktif sebagai anggota himpunan antar umat beragama untuk bekerjasama menjaga kerukunan beragama. Sebagai sesama pekerja, Made B selalu mempersilahkan rekan-rekannya yang beragama Islam untuk melaksanakan ibadah shalat di sela-sela pekerjaannya, terlebih dalam melaksanakan shalat jumat yang menurutnya itu sebagai perwujudan saling menghormati agama. Begitu pula bagi Udn yang dapat leluasa

melaksanakan ibadah shalat di mushola yang terletak di belakang Pura, bahkan menurut Iwn, pengelola suka mengingatkan waktu shalat, seperti “Pak sudah sembahyang belum ?” Bagi Odd yang tinggal di kediaman pengelola PAJK tidak pernah dihambat dalam beribadah untuk mengikuti pengajian. Pernyataan ini diperkuat oleh pendapat Spr, Ketua RT setempat, bahwa semua pekerja dipersilahkan ibadah shalat dan shalat Jum’at, dan sejak berdirinya Pura, belum pernah ada anggota masyarakat pindah agama Hindu. Para pemilik warung sekitar Pura juga merasakan praktek toleransi pengelola Pura, karena di saat mereka sedang jajan di warung sementara bunyi adan magrib tiba, mereka segera meninggalkan warung dan mempersilahkan para pemilik warung untuk membuka puasa, untuk kemudian malamnya mereka kembali lagi ke warung, seperti dituturkan Krm :” *kacida bingahna abdi aranjeuna perhatian ka urang, jadi heunteu mentingkeun diri sendiri anjeunna terangeun urang bade tararuang buka puasa*”.(Saya sangat bahagia, karena mereka memberi perhatian kepada kita, dan mereka tidak mementingkan diri sendiri, karena mereka menghormati kita akan melakukan buka puasa).

Meskipun peneliti telah menetapkan tiga tujuan komunikasi, namun dalam perjalanannya terungkap adanya aspek lain yang dapat mempengaruhi mengapa toleransi agama berhasil di Pura Parahyangan Agung Jagatkkarta, yakni aspek ekonomi. Dengan demikian amatlah penting untuk menambahkan subjudul Dampak Ekonomi dari Keberadaan PAJK.

Dampak Ekonomi dari Keberadaan PAJK

Keberadaan Pura Parahyangan Agung Jagatkkarta (PAJK) di Desa Tamansari Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor, telah memberikan dampak ekonomi yang sangat bagus buat kehidupan masyarakat sekitar Pura. Dampak ekonomi tersebut meliputi menyediakan peluang kerja, menyuburkan perniagaan, baik perniagaan yang bersifat permanen, maupun yang insidental. Seperti penuturan Iwn “Saya muslim gawe di tempat Hindu, nu sejen ge loba nu gawe di tempat kristen, nu penting mah usaha neang nafkah keur nu di imah”. Udn juga memiliki alasan bisa kerja di Pura karena sangat dekat dari tempat tinggalnya. Banyaknya acara ritual yang dilaksanakan PAJK, telah menarik banyak pengunjung, dimana warung di sekitar Pura menjadi ramai dikunjungi para tamu untuk keperluan makan dan jajan, serta menggunakan toilet, seperti dituturkan Krm :”...Alhamdulillah abdi kacipratan rejeki ti tamu nu datang ka Pura”. Petugas parkir dadakan dan petugas kebersihan juga bertambah. Sementara penduduk kampung sekitar memperoleh keuntungan dari penjualan barang-barang untuk keperluan upacara dan sesajen, seperti dikemukakan oleh Iwn, Udn dan Odd

:“...Alhamdulillah ngadaharlah rejekina, pan anu meuli hayam, kalapa, janur, meli awi, meuli kembang, honje mun ceuk urang Bali mah bongkot”. Hal ini didukung dengan pernyataan Pengelola Pura, Wayan S. bahwa masyarakat sekitar Pura mendapat keuntungan dari penjualan bambu, ayam, janur, dan lain-lain untuk kepentingan upacara.

Sebagaimana penjelasan Wayan S., Ketua Parisade, bantuan lain yang diberikan pengelola Pura kepada para pekerjanya yang Muslim dan kepada masyarakat setempat, antara lain Tunjangan Hari Raya, berupa pakaian, beras, Pengobatan gratis, pemberian sembako, atau bantuan pada peringatan hari Kemerdekaan, dan bantuan lainnya sesuai permintaan dengan terlebih dahulu menyerahkan proposal permohonan. Menurut Prof. W.L. “pada intinya kami selalu bekerjasama dengan masyarakat di sekitar Pura, kami informasikan kalau akan diadakan upacara agar mereka mempersiapkan diri untuk terlibat dalam upacara tersebut”.

PEMBAHASAN

Infante, Rancer & Womack (1993:288) mengemukakan bahwa sistem (komunikasi) antarpersona bisa mencakup komunikasi antara dua orang yang disebut dengan komunikasi *dyadic*. Para ilmuwan percaya bahwa untuk bisa memahami proses adaptasi dua pihak dalam komunikasi antarpersona, sangat penting untuk fokus pada perubahan dari momen ke momen selama peristiwa interaktif tersebut terjadi (Kanpp & Miller, 1985 :15). Sehubungan dengan komunikasi yang dilakukan oleh para pengelola PAJK baik dengan para pekerjanya, maupun dengan masyarakat di sekitarnya, amat lah penting ditekankan pada frekuensi dan lamanya mereka pernah berinteraksi. Dengan lain kata, adaptasi dari masing-masing pelaku komunikasi secara timbal balik akan terlihat dan teridentifikasi melalui proses komunikasi dalam kurun waktu tertentu. Peneliti telah menetapkan bahwa para informan telah melakukan interaksi dan komunikasi minimal lima tahun. Sementara itu Kenneth Andersen (1972:171) menyebut komunikasi antarpersona sebagai *one-to-one communication*, yakni suatu hubungan personal yang dapat memberikan kepuasan pribadi, dan kebahagiaan pada para pelaku komunikasi. Bentuk komunikasi ini lebih dinamis, lebih fleksibel dan lebih interaksional. Dalam hal ini seseorang bisa mengekspresikan rasa cintanya, kebenciannya, dan dapat mengekspresikan semua perasaan lainnya. Andersen juga mengemukakan bahwa kadang-kadang *One-to-one communication* dapat dilakukan atau terjadi diantara tiga atau empat orang yang berinteraksi. Mencermati pernyataan-pernyataan para informan serta observasi yang dilakukan peneliti, bahwa situasi komunikasi yang terjadi antara para

informan telah mencerminkan terjadinya komunikasi antarpersona yang ideal karena telah memberikan kepuasan bagi para pelaku komunikasi.

Selanjutnya Andersen (1972 : 172) membagi bentuk komunikasi antarpersona dalam dua kategori, yakni *Casual Dyadic Interaction* (CDI) dan *Formal Dyadic Interaction*. (FDI). CDI adalah ditujukan pada setiap bentuk interaksi antara dua orang (*dyads*) yang bersifat “casual” (peneliti mengartikannya sebagai “sepintas lalu”). CDI terjadi dalam berbagai setting dan untuk berbagai alasan. Isi pembicaraannya dari hal yang paling biasa sampai hal-hal yang sangat personal. Contohnya, para pekerja di suatu perusahaan yang sedang beristirahat (*break*) bisa saja membicarakan hal-hal keseharian mereka masing-masing, atau pengalaman pribadi masing-masing di rumah tangganya. CDI bisa juga diartikan sebagai term sosial. Misalnya, di rumah, kita ngobrol dengan tetangga, di tempat pesta perkawinan, kita ngobrol dengan kenalan, pokoknya di manapun kita berada, maka kita akan melakukan interaksi dengan orang-orang yang secara geografis dekat dengan kita. Sifatnya amat spontan, segera dan kadang tidak mempunyai tujuan khusus. CDI dapat diidentifikasi melibatkan interaksi personal. Contohnya ketika kita berinteraksi dengan keluarga inti, maupun dengan keluarga besar kita. CDI diidentifikasi melibatkan *casual transactions* saat kita berhubungan dengan pihak lain yang memiliki hubungan transaksi, seperti misalnya ketika kita membeli tiket Bus, order secangkir kopi, dan lain-lain. Sementara FDI merupakan interaksi antara dua orang yang memiliki tujuan khusus. Dua orang tersebut bisa pasangan suami istri, bisa juga antara dua pihak yang memiliki hubungan kerja.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa komunikasi yang dilakukan sehari-hari antara pengelola PAJK dengan para pekerja bersifat formal dan konteks pekerjaan, namun bersifat informal dalam kegiatan sehari-hari yang menyangkut bukan penugasan. Sementara komunikasi yang terjadi antara sesama pekerja PAJK yang orang Bali dan agama Hindu dengan orang Sunda beragama Islam, sifat komunikasinya informal dalam konteks apapun. Demikian juga komunikasi yang terjadi antara para pekerja PAJK dengan masyarakat sekitar, terutama para pemilik warung, komunikasinya bersifat informal dan konteks di luar pekerjaan. Semua pekerja merasa bahwa kehidupan dan pekerjaan sehari-hari di pura seperti di rumah sendiri. Dengan mengacu pada pendapat Andersen, maka peneliti dapat mengkategorikan komunikasi yang terjadi antara pengelola PAJK dengan para pekerjanya dapat dikategorikan sebagai CDI ketika konteksnya non pekerjaan dan FDI ketika konteksnya pekerjaan. Komunikasi yang terjadi antara sesama pekerja PAJK masuk kategori CDI. Begitu

pula komunikasi yang terjadi antara para pekerja PAJK dengan masyarakat sekitar bersifat CDI.

Dalam suatu negara yang di dalamnya terdapat beragam keyakinan dan denominasi agama tidak dengan mudah dapat mempersatukan masing-masing kelompok religius dalam suatu sistem yang saling menopang (Horton & Hunt, 1983 :306). Ada satu hal yang mungkin dapat menjadi penopang adanya suatu yang mempersatukan perbedaan keyakinan tersebut, yakni suatu sikap yang disebut sebagai toleransi. Toleransi adalah istilah dalam konteks sosial budaya dan agama yang berarti sikap dan perbuatan yang melarang adanya diskriminasi terhadap kelompok-kelompok yang berbeda atau tidak diterima oleh mayoritas dalam suatu masyarakat. Contohnya adalah toleransi beragama, dimana penganut mayoritas dalam suatu masyarakat mengizinkan keberadaan agama-agama lainnya (Zagorin Perez, 2003). Sampai saat ini masih banyak kontroversi dan kritik mengenai prinsip-prinsip toleransi, dengan kata lain toleransi itu ukurannya tidak pasti atau eksak. Namun demikian, selama dua komunitas yang memiliki banyak perbedaan yang mendasar dan dapat hidup berdampingan, tidak ada perselisihan, maka disebut sebagai ada toleransi diantara sesamanya. Sementara dalam bahasa Arab, toleransi biasa disebut “ikhtimal, tasamuh” yang artinya sikap membiarkan, lapang dada (samuha-yasmuhu-samhan, wasimaahan, wasamaahatan), artinya murah hati, suka berderma (kamus Al Munawir, hal 702) Jadi toleransi beragama adalah menghargai dengan sabar, lapang dada menghormati keyakinan atau kepercayaan orang atau kelompok lain.

Berdasarkan hasil penelitian, para informan telah memaknai toleransi dengan beragam. Dengan kata lain, para informan di lingkungan PAJK telah melakukan konstruksi makna toleransi yang menurut Berger bahwa tindakan manusia sebagai produk proses internalisasi dan eksternalisasi serta cenderung konstruksionis. Ia menekankan bahwa aktor memiliki makna subjektif, aktor rasional dan bebas, serta tidak ditentukan secara mekanik. (Berger, 197: 771 dalam Basrowi dan Sukidin, 2002 : 45).

Keragaman makna toleransi bagi para informan di lingkungan PAJK , tergambar pada Tabel 2 berikut :

Tabel 2
Makna Toleransi Bagi Informan

TOLERANSI	
Saling	Tidak
<ul style="list-style-type: none"> - Saling Memahami adanya perbedaan - Saling menjalankan agamanya masing-masing dan patuh pada agamanya. - Saling menghargai cara-cara melaksanakan agamanya masing-masing. - Saling menjaga perasaan - Menghindari hal yang tidak ada gunanya. - Saling menjaga akidah masing-masing 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak mencampuri urusan orang lain - Tidak saling menyalahkan - Tidak merasa agamanya paling baik - Tidak merasa paling sholeh - Tidak mengajak orang lain untuk masuk agamanya - Tidak fanatik - Tidak membicarakan orang lain

Sumber : Hasil Penelitian 2015

Terhadap beragam makna toleransi dari para informan, peneliti telah mengkategorisasikan menjadi dua bagian, yakni kategori “saling” yang menunjukkan adanya sikap yang timbal balik antara dua pihak yang memiliki perbedaan agama. Kategori kedua dengan kata “Tidak” adalah kategori yang menunjukkan suatu perbuatan yang harus dihindari. Makna toleransi inipun sejalan dengan hasil penelitian Turnomo (2016) yang temuannya menjelaskan bahwa Agama bukan menjadi sarana untuk menyampaikan kebencian atau permusuhan. Menolak pandangan bahwa agama yang mereka yakini lebih baik dari agama orang lain. Bersikap toleran dengan menghormati nilai-nilai dan kebiasaan – kebiasaan agama lain. Menolak pandangan bahwa orang akan memperoleh kebahagiaan bila memeluk agama orang lain.

Manifestasi atau perwujudan dari makna toleransi bagi para informan di PAJK, adalah berupa sikap dan tindakan yang sudah dilakukan oleh mereka dalam kehidupan sehari-harinya, seperti berikut :

- Memberikan kebebasan pada tamu yang datang ke Pura yang beragama non Hindu untuk melakukan kegiatan yang tidak bersifat ibadah khusus, melainkan berupa kontemplasi.
- Tidak membedakan perlakuan terhadap tamu yang berkunjung, apa pun agamanya dan pakaianya,
- Memberikan keleluasaan kepada para pekerja Muslim untuk melakukan ibadah sholat lima waktu, shalat Jum’at dan mengikuti pengajian.

- Mengingatkan para pekerja Pura Muslim untuk melakukan ibadah shalat sesuai waktunya.
- Menyediakan mushola bagi para pekerja muslim untuk melaksanakan sholat.
- Pengelola aktif menjadi anggota Himpunan Kerukunan Antar Umat Beragama.
- Tidak mengganggu atau menghormati para pekerja Muslim dan masyarakat sekitar yang melaksanakan ibadah puasa Ramadhan.

Merujuk pada pengertian sikap yang dikemukakan oleh Sears, Freedman, Peplu (1992:138), bahwa Sikap terhadap objek, gagasan atau orang tertentu merupakan orientasi yang bersifat menetap dengan komponen-komponen kognitif, afektif dan perilaku. Dalam konteks penelitian ini, bagaimana para informan bersikap terhadap toleransi, maka tercermin dalam perilakunya sebagaimana pemaparan di atas. Oleh karena dominasi terdapat pada pihak pengelola yang beragama Hindu, maka sikap toleransi lebih dituntut dari pihak yang dominan tersebut, yakni pengelola Pura.

PENUTUP

Simpulan :

Komunikasi memang bukan Panacea, bukan obat mujarab yang dapat menyelesaikan setiap permasalahan, tapi tidak bisa dipungkiri bahwa komunikasi juga bisa menjadi faktor utama dalam menyelesaikan masalah. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang dilakukan secara terus menerus yang dapat menciptakan saling pengertian, saling berbagi dan bersifat dialogis. Komunikasi juga akan efektif ketika para pelaku komunikasi memiliki kesetaraan dalam menyampaikan pesan dan menerima pesan. Terkait fokus penelitian ini, yakni Komunikasi dan Toleransi antara Pengelola Pura Parahyangan Agung Jagatakarta (PAJK) dengan Para Pekerja dan Masyarakat sekitar Pura, telah memperlihatkan sebuah proses komunikasi yang cukup ideal. Komunikasi yang terjadi di PAJK telah menciptakan adanya saling pengertian, berlangsung dalam suasana kekeluargaan, sehingga dapat mencapai tujuan bersama, sekalipun untuk konteks pesan sederhana. Merujuk pendapat Andersen, komunikasi antara sesama para pekerja PAJK adalah kategori komunikasi *Casual Dyadic Interaction*, karena terjadi dalam berbagai setting dan berbagai alasan. Konteks pembicaraan sangat personal dan dalam suasana yang informal, santai, sekalipun untuk urusan pekerjaan. Begitu pula komunikasi antara para pekerja dengan masyarakat sekitar Pura masuk kategori *Casual Dyadic Interaction* namun dalam setting dan alasan yang sederhana, yakni menyangkut jual beli. Komunikasi antara para pengelola PAJK dengan para pekerjanya dapat dimasukkan ke

dalam dua kategori, yakni *Casual Dyadic Interaction* dalam setting informal dan *Formal Dyadic Interaction* ketika setting dan alasan pemberian tugas.

Dalam konteks penelitian ini, Pura Parahyangan Agung Jagatkarta (PAJK) adalah sebagai objek penelitian. PAJK merepresentasikan agama Hindu dan Budaya Bali, sementara para pekerja dan masyarakat di sekitar Pura adalah Muslim, dengan latar belakang budaya dan bahasa Sunda, serta tingkat pendidikan rendah. Namun keberadaan PAJK tidak pernah menimbulkan konflik karena telah berkembang sikap toleransi. Mereka telah memaknai toleransi dengan beragam, namun intinya bahwa toleransi itu adalah sikap saling menghormati, memahami adanya perbedaan, saling mengharagi cara-cara melaksanakan agamanya, tidak mencapuri urusan agama lain, tidak menyalahkan, tidak merasa paling sholeh dan tidak mengajak orang lain untuk masuk agama yang dianutnya. Mereka juga telah mewujudkan sikap toleransinya sesuai dengan yang telah mereka maknai.

Keberadaan Pura telah memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar Pura dan memberikan keuntungan bagi penduduk asli saat Pura membeli kebutuhan untuk upacara agama, serta pengelola Pura yang peduli dan memberikan perhatian akan kebutuhan masyarakat. Faktor inilah yang memiliki andil tkeberadaan Pura bisa diterima oleh lingkungannya dan tidak pernah menimbulkan konflik. Dengan kata lain, faktor ekonomi telah memuluskan perwujudan sikap toleransi di PAJK.

Saran

- Pihak berwenang terkait pariwisata sebaiknya ikut berperan menangani pariwisata di PAJK, agar wisatawan menyadari bahwa PAJK adalah tempat peribadatan umat Hindu.
- Perlu dilakukan penelitian tentang keberadaan PAJK dengan menggunakan pendekatan yang berbeda dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andersen, Kenneth E., 1972. *Introduction to Communication Theory and Practice*. California. Cumming Publishing Company, Inc.
- Cresswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousands oaks, CA, Sage Publication Inc.
- DeVito, Joseph A. 1997. *Human Communication*. New York. HarperCollins Publishers Inc.
- Horton, Paul B.1984. *Sociology*. USA: McGraw-Hill, Inc.

Infante, Dominic A., Rancer, Andrew S. Womack, Deanna F. 1993. *Building Communication Theory*. USA : Waveland Press, Inc.

Fiske, John. 1990. *Cultural and Communication Studies*. (terjemahan). Yogyakarta. Jalasutra.

Krech, David. Cretchfield, Richard S. Ballachey, Egerton L. 1962. *Individual in Society*. International Student Edition. Berkeley. McGraw-Hill.

Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian kualitatif – Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

----- 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat. Jalaluddin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Samovar, Larry A., Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel. 2007. *Communication Between Cultures*. USA. : Thomson Wadsworth.

Sears, David O., Jonathan L. Freedman. L. Anne peplau. 1992. *Psikologi Sosial*. Edisi 5. Jakarta : Erlangga.

Yin, Robert K. 1996. *Studi Kasus*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Lain-lain

Tan.Charlene. 2008. *Creating ‘Good Citizens’ and maintaining religious harmony in Singapore*. British journal of Religious Education Vol 30, No. 2 <http://www.informaworld.com>.

Turnomo, 2016. *Membangun Model Komunikasi Dalam Masyarakat Multiagama*. Penelitian Fisip Universitas Diponegoro Semarang.

**STRATEGI MENINGKATKAN PARTISIPASI WARGA
DALAM PENERTIBAN PKL
(Studi Kasus strategi Komunikasi Politik Walikota Bandung Ridwan Kamil untuk
Membangun Partisipasi Warga dalam Penertiban PKL Di Jalan Kepatihan Bandung)**

Achmad Abdul Basith
Abie Besman

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
Jatinangor, Sumedang – Jawa Barat
Email: basithpatria@gmail.com

ABSTRAK

Rendahnya partisipasi warga, baik Pedagang Kaki Lima (PKL) sendiri, maupun warga masyarakat umum dalam mendukung program ketertiban pemerintah Kota Bandung, membuat Walikota Bandung Ridwan Kamil memutar otak. Pada awal pemerintahannya Ridwan Kamil mengeluarkan strategi-strategi baru dalam menertibkan pedagang kaki lima, yang pada masa pemimpin sebelumnya selalu gagal ditertibkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik Wali Kota Bandung Ridwan Kamil untuk meningkatkan partisipasi warga dalam menertibkan PKL di Jalan Kepatihan Bandung, khususnya soal rendahnya kesadaran warga yang selama ini menjadi salah satu penyebab selalu gagalnya penertiban. Metode yang digunakan dari penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi, studi dokumentasi, dan studi pustaka. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai Walikota Bandung Ridwan Kamil, Kepala Satpol PP Kota Bandung Ferdi Ligaswara, Koordinator PKL Kepatihan Muhammad Taufik, dan beberapa perwakilan masyarakat Kota Bandung.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan Walikota Bandung Ridwan Kamil, mampu meningkatkan kesadaran warga, sehingga upaya penertiban yang dilakukan berjalan lancar dan kondusif tanpa menimbulkan banyak perlawanan dan bentrokan. Ridwan Kamil menggunakan empat tahapan penertiban yaitu *ngobrol*, mencari solusi, eksekusi, dan *beautifikasi*.

Kata Kunci: *Ridwan Kamil, Partisipasi Warga, Kesadaran Warga, Pedagang Kaki Lima, Kota Bandung*

PENDAHULUAN

Kota besar memiliki permasalahan yang hampir serupa. Namun dalam penyelesaiannya memerlukan strategi dan pendekatan yang berbeda. Permasalahan Pedagang Kaki Lima (PKL) misalnya, Bandung memiliki keunikan tersendiri. Maka dalam penanganannya, Walikota Bandung Ridwan Kamil menerapkan beberapa strategi khusus, terutama dalam membangun kesadaran warganya, baik PKL sendiri maupun warga masyarakat umum.

Keberadaan Pedagang Kaki Lima (PKL) di kawasan Jl. Kepatihan sudah lama dikeluhkan. Namun hal tersebut hingga pertengahan tahun 2013 tak lekas mampu diselesaikan oleh pemerintah terkait. Alasan warga mengeluhkan keberadaan PKL karena menjadi penyebab kemacetan, jalan jadi kumuh dan semrawut.

Pemerintah sebelumnya sebenarnya tak tinggal diam. Berbagai upaya pernah dilakukan, mulai dari penertiban paksa, relokasi, hingga pemberian kompensasi bagi PKL untuk kembali ke kampung halamannya. Namun upaya tersebut tak membuahkan hasil maksimal. Setidaknya hingga akhir 2013 PKL masih memenuhi Jalan Kepatihan, jalan yang menjadi penghubung antara jalan Oto Iskandardinata (Otitsta) dan Jalan Dewi Sartika.

Lokasi jalan yang berada tak jauh dari Rumah Dinas Walikota Bandung membuat kawasan ini jadi sorotan. Mana mungkin pemimpin Bandung tak melihat ketidaktertiban yang ada di sekitar rumahnya. Sehingga masyarakat menaruh curiga akan komitmen pemerintah Kota Bandung terhadap upaya penegakan Peraturan Daerah Kota Bandung no. 11 Tahun 2005 tentang ketertiban, kebersihan, dan keindahan (K3) dan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan PKL.

Permasalahan PKL di Kota Bandung memang cukup kompleks. Selain permasalahan pada internal pemerintah daerah sebagai penerbit dan penegak peraturan daerah (perda), nyatanya keterlibatan warga dalam menangani masalah di kotanya masih sangat minim. Kebanyakan lebih bergantung pada pemerintah dan memilih untuk lepas tangan. Hal ini yang tengah dengan keras oleh Walikota Bandung pikirkan. Karena menurutnya, menangani masalah kota tidak cukup oleh pemerintah, namun harus melibatkan masyarakat. Ridwan Kamil menyebutnya “kolaborasi”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus. Studi kasus sendiri adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Penelaah berbagai sumber data ini membutuhkan berbagai macam instrument pengumpulan data. Metode penelitian ini bisa menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi-dokumentasi, kuisioner, bukti-bukti fisik, dan lainnya (Kriyantono, 2006).

Dituliskan oleh Prof Deddy Mulyana dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif, memasukan semua penelitian naturalistik ke dalam paradigma interpretif, varian-variannya mencakup teori dan prosedur yang dikenal sebagai etnografi, fenomenologi, etnometodologi, interaksionisme simbolik, psikologi lingkungan, analisis semiotika, dan studi kasus. Studi kasus adalah suatu eksplorasi dari sebuah sistem terbatas atau suatu kasus secara mendetail, pengumpulan data secara mendalam dari informasi-informasi (Creswell, 1998: 61).

Sebagai suatu metode kualitatif, studi kasus mempunyai beberapa keuntungan. Lincoln dan Guba (Mulyana, 2001:201) mengemukakan bahwa keistimewaan studi kasus meliputi hal-hal berikut:

1. Studi kasus merupakan sarana utama bagi penelitian emik, yakni menyajikan pandangan subjek yang diteliti.
2. Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari.
3. Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden.
4. Studi kasus memungkinkan pembaca untuk menemukan konsistensi internal yang tidak hanya merupakan konsistensi gaya dan konsistensi faktual tetapi juga keterpercayaan (tust worthiness).

5. Studi kasus memberikan "uraian tebal" yang diperlukan bagi penilaian atas transferabilitas.
6. Studi kasus terbuka bagi penilaian atas konteks yang turut berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut.

Penelitian ini dilakukan di:

1. Rumah Dinas Walikota Bandung, Jalan Dalem Kaum no 1 Kelurahan Balong Gede, Kecamatan Regol, Kota Bandung.
2. Studio Radio PRFM, di Jalan Braga 5 Bandung, yang setiap senin Walikota Rutin bersiaran mendengarkan aspirasi warga melalui program "Ngabandung"
3. Kantor Walikota Bandung, Jalan Wastukencana no 2 Bandung
4. Kantor Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Bandung, Jalan Aceh no 47 Bandung
5. Eliza Bakery Jalan Kepatihan no 21 Bandung.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah: teknik utama menggunakan *indepth interview*, sebagai pendukung digunakan observasi dan analisis dokumen. Untuk memperoleh pemahaman dan makna mendalam tentang Komunikasi Walikota Bandung dalam penertiban PKL Jalan Kepatihan, peneliti memerlukan data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah dokumentasi proses penertiban yang dilakukan oleh Walikota Bandung mulai dari tahap pertama, hingga eksekusi.

Selanjutnya peneliti juga membutuhkan sumber data lain yang merupakan persepsi dan pandangan dari orang-orang yang terlibat dalam proses Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kawasan Jalan Kepatihan Bandung. Selain itu, peneliti juga meminta pandangan umum dari masyarakat.

Peneliti akan melakukan wawancara mendalam kepada informan untuk mendapatkan data-data primer. Wawancara dilakukan dengan menyusun daftar pertanyaan tidak terstruktur untuk mendapatkan kedalaman data yang diinginkan.

Selain data primer, peneliti juga membutuhkan data sekunder, yang merupakan data pendukung. Data sekunder diperoleh dari luar data primer. Untuk menentukan data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara, observasi dan studi pustaka yang berkaitan dengan proses Penertiban PKL di Kawasan Jalan Kepatihan Bandung, khususnya soal integritas petugas Sat Pol PP.

Observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati kondisi saat ini kawasan Jalan Kepatihan, dibandingkan dengan kondisi beberapa tahun sebelumnya, berdasarkan pengalaman pribadi peneliti.

Data-data sekunder lainnya diperoleh dengan studi pustaka terhadap dokumentasi yang pernah diabadikan oleh tim humas Pemerintah Kota Bandung atau para wartawan.

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal pada bagian ini jenis datanya dibagi kedalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan gambar statistik. (Lofland dalam Moleong, 2005:157).

Sumber data adalah salah satu hal yang paling vital dalam penelitian. Terdapat dua jenis data yang biasanya dilakukan dalam penelitian sosial, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian ini, sumber data primer akan menggunakan wawancara dengan Walikota Bandung Ridwan Kamil, Kepala Satpol PP Kota Bandung

Ferdy Ligaswara, Koordinator Pedagang Kaki Lima-PKL dan Muhammad Taufik, serta beberapa narasumber yang dipilih secara acak. Sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan-laporan, internet, surat kabar, dokumen-dokumen, jurnal-jurnal, dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rendahnya Kesadaran PKL terhadap Aturan

Kesadaran masih menjadi masalah utama dari permasalahan ketertiban di Kota Bandung. Aturan sudah lama dibuat, sudah berbagai cara sosialisasi dan penegakan dilakukan, tetapi pelanggaran masih saja terjadi. Kesadaran akan tertib aturan harusnya jadi prinsip setiap warga kota, tak terkecuali Pedagang Kaki Lima.

Dengan alasan perut dan susahny mencari kerja di sektor formal membuat sebagian warga memilih untuk berjualan di area terlarang. Soal dampaknya yang membuat lalulintas terganggu, wajah kota semrawut, mereka tak peduli.

Wawancara dengan Koordinator PKL Kapatihan Muhammad Taufik menjelaskan jika sejatinya mereka mengetahui soal aturan, meski ia juga mengakui hal tersebut tidak sepenuhnya dipahami oleh anggotanya, PKL di Jalan Kapatihan.

Muhammad Taufik juga menjelaskan jika secara rinci anggotanya tidak semua mengetahui Perda K3, hanya saja mereka paham bahwa di lokasi tersebut dilarang untuk berjualan.

“Ya kami tahu di sini tidak boleh jualan menurut aturan. Tapi kalau tidak di sini kami mau hidup dari mana,” kata Koordinator PKL Kapatihan, Muhammad Taufik.

Opik, panggilan Muhammad Taufik, mengakui jika keberadaan Perda K3 sejak tahun 2005 sudah ia ketahui bersama dengan PKL yang ada di Kapatihan. Opik bahkan malah balik mengkritik kepada pemerintah sebelumnya yang tidak mampu mengkomunikasikan tentang implementasi Perda K3 tersebut kepada pihak PKL Kapatihan sehingga programnya gagal terlaksana.

Jika aturan sudah ada tapi tidak dijalankan dengan baik, Opik menyampaikan jika hal tersebut bergantung pada pemimpin masing-masing. Karena setiap pemimpin memiliki gaya yang berbeda. Ridwan Kamil dianggap bisa melaksanakan peraturan ini, hanya saja masih tebang pilih. Ridwan Kamil dianggap hanya berani menertibkan PKL di Kapatihan. Sementara di lokasi lain masih terkesan di diamkan.

“Kalau dari dulu sebelum Pak Dada juga udah ada aturan Perda tuh. Hanya, seorang pemimpin yang ngerti kebijakan, ada yang mau menjalankan dan tidak. Tahun 2005 itu sudah keluar Perda K3 Nomor 11. Kenapa tidak bisa dilaksanakan? Nah, letaknya pada pemimpin yang mau menjalankan. Ini diteruskan kepada Ridwan Kamil. Kalau Ridwan Kamil emang menerapkan hal itu, tapi tidak bisa secara keseluruhan. Tapi secara bertahap. Bisa diterapkan, asal melibatkan jajaran Muspika & Muspida. Tidak bisa seorangan,” Kata Muhamad Taufik.³⁶

³⁶ Wawancara dengan Koordinator PKL Kapatihan Muhamad Taufik, Selasa 3 Maret 2015, pukul 08.30 WIB. di Eliza Bakery Jalan Kapatihan no 21 Bandung.

Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Ferdi Ligaswara mengaku jika beberapa kali pihaknya melakukan upaya komunikasi sebelum melakukan penegakan perda. Kadang imbauan itu disampaikan melalui surat, kadang penindakan di lapangan secara langsung meski harus “kucing-kucingan”. Ferdy meyakini jika sejatinya PKL semua sudah mengerti jika di lokasi Jl. Kepatihan tidak diperbolehkan berdagang, namun dengan berbagai alasan mereka masih membandel. Sehingga Ferdy berkesimpulan jika permasalahan PKL di Jalan Kepatihan salah satunya disebabkan oleh rendahnya kesadaran PKL terhadap aturan.

Lemahnya kesadaran terhadap aturan juga diakui oleh Walikota Bandung Ridwan Kamil. Bahkan Ridwan Kamil menemukan jika yang berjualan di Jalan Kepatihan bukan sepenuhnya PKL murni. Bahkan sebagian besar pedagang-pedagang besar yang sengaja membuka lapak demi menghindari pajak. Padahal mereka juga sudah mengetahui di lokasi tersebut bukanlah tempat berdagang, dan sudah ada aturan tegas yang diterapkan.

Menurut Walikota Bandung ada beberapa karakteristik pedagang di Jalan Kepatihan Bandung, yaitu:

- a. PKL Murni, yaitu mereka menggantungkan hidupnya dari berjualan dan jika tidak berjualan kebutuhan ekonomi mereka akan terganggu. Mereka biasanya berjualan dengan berpindah-pindah.
- b. PKL Yang Menjadi Kepanjangan Bisnis Pemilik Toko. PKL jenis ini merupakan pemilik toko atau karyawan-karyawan yang dipekerjakan oleh pemilik toko-toko besar untuk ikut mendongkrak penjualan dengan memasarkan barang dagangan di lokasi kaki lima. Selain memiliki kios/toko mereka juga berjualan di berbagai pusat keramaian. Mereka melakukan hal tersebut selain untuk meraih keuntungan berlipat juga untuk menghindari pajak.
- c. PKL Yang Dipekerjakan Oleh Bandar. PKL jenis ini bekerja dan diberikan modal serta barang-barang dagangan oleh seorang bandar atau yang memberikan modal. Sehingga mereka bertugas untuk memasarkan barang dagangan. Kemudian hasil dari penjualan barang dagangan tersebut, mereka menyerahkan setoran kepada bandar. Para PKL ini juga mendapatkan bagian dari keuntungan atau gaji tetap layaknya seorang karyawan.
- d. PKL Keliling Milik Orang Kaya. Sering kita melihat mobil-mobil bagus yang ternyata digunakan untuk berjualan. Mulai dari jualan baju, buku, makanan, hingga buah-buahan. Mereka adalah orang yang mampu bahkan kaya. Namun melakukan aktivitas layaknya PKL untuk mengejar keuntungan berlipat tanpa harus mengeluarkan pajak.

Beragam jenis PKL yang diidentifikasi langsung oleh Walikota Bandung Ridwan Kamil adalah salah satu bukti bahwa PKL memiliki latarbelakang yang beragam. Tak sedikit diantaranya adalah dari kalangan terdidik, yang mengerti dan paham terhadap aturan namun bersikeras melanggarnya. Walikota Bandung Ridwan Kamil menyebutnya sebagai *street economy*.

“Saya baru tahu kalau ternyata banyak yang sebenarnya tidak layak jadi PKL. PKL karakternya itu berpindah-pindah, dan jika tidak berdagang hajat dia terganggu. Saya punya istilah *street economy*. Jadi ada yang memang PKL, pemilik toko buka lapak,

ada bandar PKL, ada yang kaya turun sendiri dengan mobil sendiri. Mereka menghindari pajak,” kata Wali Kota Bandung Ridwan Kamil.³⁷

Bahkan temuan dari Walikota Bandung Ridwan Kamil, bahwa Koordinator PKL Kepatihan Muhammad Taufik yang selama ini sering protes terhadap upaya penertiban PKL di Jl. Kepatihan ternyata adalah pemilik kios di sentra usaha yang ada di jalan Kepatihan. Dia juga ketahuan berjualan juga di pasar minggu Gasibu serta Tegalega. Maka menurut Ridwan Kamil, Opik adalah salah satu pengusaha yang selayaknya mampu menyewa kios di pasar baru atau lokasi yang lain.

“Jadi yang di jalan tidak bisa dipukul rata. Coba cek, Opik. Opik itu punya kios di mana-mana. Dia pebisnis, masuk pengusaha. Harusnya bisa nyewa di pasar baru,” kata Wali Kota Bandung Ridwan Kamil.

Sehingga dengan latar belakang PKL yang berbeda-beda tersebut, Opik-yang selama ini dikenal gencar menyuarakan nasib PKL yang tidak bersedia untuk dipindahkan ke kawasan Gedebage, ternyata juga memiliki motif atau kepentingan tersendiri dari kegiatan berjualannya tersebut, yakni untuk mencari keuntungan dengan cara menghindari pajak.

Masalah kesadaran dalam menati aturan ternyata tidak hanya menjadi masalah bagi PKL, tetapi juga warga masyarakat umum. Teori *Supply and demand* juga berlaku. Semakin banyak permintaan (pembeli), maka jumlah pedagang pun akan semakin bertambah. Padahal aturan untuk tidak membeli pada pedagang kaki lima juga sudah ada, bahkan ada ancaman denda bagi yang melanggarnya.

Strategi Atasi Permasalahan Rendahnya Kesadaran PKL Terhadap Aturan

Wali Kota Bandung Ridwan Kamil bekerja keras memutar otak mencari solusi rendahnya kesadaran warganya dalam turut menjaga ketertiban kota. Sebelum melangkah ke masalah PKL yang melibatkan ratusan orang, sekilas kita tengok permasalahan sampah yang melibatkan ribuan bahkan jutaan orang di Kota Bandung belum mampu teratasi. Jika alasannya fasilitas tempat sampah, harusnya masalah ini sudah selesai jauh-jauh hari saat pemerintah menyediakan fasilitas itu. Tapi nyatanya tidak.

Hal yang hampir sama juga terjadi pada masalah PKL. Saat aturan sudah ada, dan berbagai berbagai cara dilakukan untuk menyampaikannya kepada PKL maupun masyarakat sudah ditempuh. Maka pertanyaan besar mengarah pada kesadaran pribadi masyarakat bandung akan ketertiban kotanya.

Walikota Bandung Ridwan Kamil akhirnya memilih berinovasi dalam menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi sejak lama di Bandung. Menurutnya jika menggunakan cara-cara lama kadang sudah tidak sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Maka mengubah pendekatan menjadi pilihan.

“Kita berinovasi dengan improvisasi. Jadi menyelesaikan kepentingan tidak sama, nah ini masih bermasalah,” kata Wali Kota Bandung Ridwan Kamil

Membangun kesadaran warga Bandung dan PKL dimulai dengan penyampaian informasi berupa aturan yang tertuang dalam perda maupun berupa kebijakan langsung walikota. Ridwan Kamil melakukannya melalui media massa. Pertama, Ridwan Kamil

³⁷ Wawancara dengan Wali Kota Bandung Ridwan Kamil, Minggu 17 Mei 2015, pukul 22.00 WIB, di Pendopo Kota Bandung Jalan Dalem Kaum no 1 Bandung.

memanfaatkan siaran radio sebagai salah satu upayanya. Seminggu sekali Ridwan hadir sebagai narasumber utama untuk mendengarkan aspirasi warga melalui siaran radio PRFM 107.5. Dalam kesempatan ini Ridwan Kamil juga menyampaikan pesan-pesan untuk berlaku tertib bagi kepada warga Bandung.

Tak hanya itu, Ridwan Kamil juga aktif memberikan pernyataan kepada wartawan. Ridwan Kamil termasuk walikota yang sangat mudah dijangkau media. Dalam berbagai kesempatan Ridwan Kamil selalu menyempatkan untuk memberikan keterangan pers. Kesempatan itu Ridwan Kamil manfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan ketertiban kepada warga Bandung baik di media elektronik seperti radio dan TV, media cetak seperti koran, dan media online.

Ridwan Kamil juga dikenal sebagai walikota yang aktif berkomunikasi melalui media sosial. Setidaknya ada tiga akun media sosial yang kelolanya langsung, tanpa menggunakan asisten khusus. Ada facebook, twitter, dan instagram. Melalui media sosial Ridwan aktif menyampaikan ide dan gagasannya, serta program-program pembangunan kota. Juga berkomunikasi langsung kepada masyarakat tanpa ada batasan prosedural yang biasa dilakukan oleh protokol.

“Iya (dikelola sendiri), termasuk ketika saya ngambek dikit sudah saya perhitungkan, termasuk *bebodoran* sudah saya perhitungkan. Tidak menjawab juga saya perhitungkan,” kata Ridwan Kamil.

Mengelola sendiri media sosial menurut Ridwan Kamil adalah cara yang paling aman. Menurut Ridwan Kamil, media sosial adalah hutan rimba, yang semua jenis orang ada di sana. Bisa saja orang memujinya, tapi juga bisa pada saat bersamaan orang memakinya dengan nada keras bahkan kasar.

Nah pada saat itulah butuh kematangan dalam mengelola media sosial. Ridwan Kamil tahu betul jika komunikasinya melalui media sosial akan banyak dibaca oleh masyarakat secara langsung, atau bahkan disebarluaskan oleh media massa.

Ridwan Kamil adalah sosok pejabat publik yang cukup populer di dunia media sosial. Pengikutnya di twitter sudah mencapai lebih dari satu juta orang, di instagram sekitar 600 ribu orang, dan di facebook tidak kurang dari satu juta orang yang menjadi pengikut akun facebooknya tersebut. Jadi setiap kali Ridwan Kamil menyampaikan pesan di media sosialnya, setidaknya akan ada dua juta warga yang akan membaca atau melihatnya.

“Twitter sejuta seratus, instagram alhamdulillah kemarin baru saya lihat sekitar 600 ribu, facebook satu juta, ditotal pelanggan saya lebih dari dua juta. Jadi setiap tweet itu saya pikirkan matang-matang,” kata Ridwan Kamil³⁸

Komunikasi melalui media sosial merupakan strategi khusus yang dilakukan Ridwan Kamil selain untuk menyampaikan informasi dan membangun kesadaran warga, juga dilakukan untuk mengklarifikasi tuduhan-tuduhan yang dilontarkan oleh orang-orang yang bersebrangan dalam politik atau pihak yang coba untuk menyerangnya.

Bahkan, Ridwan Kamil juga menyampaikan jika dirinya sering mendapatkan pemberitaan tidak berimbang dari media massa yang ada. Untuk itu menyampaikan pesan melalui media sosial dirasa cukup efektif untuk menetralkan informasi-informasi yang

³⁸ Wawancara dengan Wali Kota Bandung Ridwan Kamil, Minggu 17 Mei 2015, pukul 22.00 WIB, di Pendopo Kota Bandung Jalan Dalem Kaum no 1 Bandung.

banyak berkembang dan menyudutkannya. Bahkan Ridwan berencana memiliki mejalah sendiri yang dijadikan media untuk menyampaikan gagasan-gagasannya.

“Sekarang saya mau bikin majalah sendiri digital, untuk mengimbangi berita-berita yang menurut saya nggak imbang,” kata Ridwan Kamil.

Media sosial memang bukan mainan baru bagi Ridwan Kamil. Sejak sebelum jadi Walikota Bandung, Ridwan Kamil juga sudah aktif berkomunikasi dan bahkan melakukan gerakan-gerakan di media sosial. Maka saat menjadi walikota kebiasaan itu tidak mau Ridwan Kamil tinggalkan. Karena menurutnya dengan menggunakan media sosial, Ridwan bisa menjangkau kalangan-kalangan muda yang sebelumnya tidak terjangkau dengan cara sosialisasi konvensional.

“Karena saya anak sosmed sebelum jadi walikota, jadi saya tau, karena orang dan saya melihat generasi saya yang umur 40 ke bawah kan generasi gadget semua. Saya tuh pengen bikin TV channel khusus RK jadi ya buat ngimbangi itu aja, jadi kalau ada tudingan tudingan,” kata Ridwan Kamil.³⁹

Selain penyampaian informasi secara konsisten melalui media massa, menurut Ridwan Kamil penegakan aturan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan. Cara yang dilakukan adalah dengan memaksa warga untuk taat aturan, sebagai salah satu upaya penyadaran dan cara membentuk sikap dan mental tertib warga Bandung.

“Ya, terpaksa (menghukum). Emang saya seneng ngehukum? Enggak. Sedih saya kalau saya sita KTP, *push up. In world looking society, your country is a world looking society*,” kata Ridwan Kamil

Salah satu cara membentuk kesadaran warga adalah dengan memaksanya. Memaksa untuk menaati aturan yang ada. Karena membiarkan warga melanggar, sama halnya dengan membudidayakan kesalahan pada masyarakat yang semakin lama akan menular ke individu-individu yang lain.

Wali Kota Bandung Ridwan Kamil memaksa warganya untuk tertib dengan cara meminta pedagang kaki lima untuk tidak lagi berjualan di Jl. Kepatihan Bandung karena hal tersebut melanggar Peraturan Daerah Kota Bandung no 11 Tahun 2005 tentang ketertiban, kebersihan, dan keindahan (K3) dan memberlakukan denda kepada masyarakat yang membeli PKL di Jl. Kepatihan karena hal tersebut melanggar Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan PKL.

Berbagai sanksi dan aturan tadi dikomunikasikan oleh Ridwan Kamil melalui berbagai cara, mulai dari menyampaikan pesan melalui media massa, melalui media sosial, media luar ruang seperti baligo dan spanduk, serta komunikasi langsung kepada PKL dan masyarakat di lokasi Jl. Kepatihan Bandung.

Sekretaris Daerah Kota Bandung Yossi Irianto menyampaikan jika penegakan hukum jadi kunci keberhasilan dalam menertibkan PKL di Jalan Kepatihan. Selama ini Yossi menilai jika penegakan hukum yang menjadi kendala utamanya. Hanya saja penegakan hukum yang dilakukan tidak selalu bersifat ekstrim, tetapi juga humanis agar tercipta suasana yang kondusif.

³⁹ Wawancara dengan Wali Kota Bandung Ridwan Kamil, Minggu 17 Mei 2015, pukul 22.00 WIB, di Pendopo Kota Bandung Jalan Dalem Kaum no 1 Bandung.

Dalam prosesnya juga disampaikan jika sebagai warga negara PKL memiliki tanggungjawab untuk menjaga kotanya. Meskipun sebagai warga negara ia juga mempunyai hak untuk mencari nafkah dan beraktifitas di lokasi tersebut. Maka dijelaskan lebih detail jika mereka memiliki hak dan kewajiban yang harus dijalankan. Siapa berbuat apa, itu kuncinya.

“Penegakan hukum tidak selalu ekstrim. Tapi jika disampaikan secara santun/ dialog. Siapa berbuat apa, apa yang menjadi hak dan kewajiban, ternyata enjoy juga, kata Yossi Irianto.

Pembahasan

Rendahnya kesadaran PKL terhadap aturan yang ada, serta tidak mau membayar pajak yang telah ditetapkan pemerintah, membuat Wali Kota Bandung Ridwan Kamil harus “memutar kepala” terkait dengan strategi yang diterapkannya. Beberapa proses komunikasi yang dilakukan untuk merelokasi PKL dari jalan Kepatihan ke kawasan Gedebage, ternyata belum juga membuahkan hasil yang optimal, hingga akhir tahun 2013.

Tidak hanya itu saja, sikap para pedagang kaki lima yang *pasrahisme* juga membuat Wali Kota Bandung Ridwan Kamil merasa susah untuk mengatur relokasi dari kawasan jalan Kepatihan menuju ke kawasan Gedebage. Alasan pendapatan yang menurun, membuat para PKL *ogah* berpindah tempat yang lainnya. Ketakutan untuk tidak mendapatkan pelanggan, menjadi persoalan utama akan berkurangnya pendapatan PKL tersebut. Padahal, Wali Kota Bandung Ridwan Kamil telah memberikan pengertian bahwa ketakutan untuk tidak mendapatkan pelanggan itu hanya masalah klasik yang selalu dilontarkan para PKL kepada pemerintah. Padahal, secara sarana, prasarana maupun fasilitas, telah disediakan oleh Pemerintah Kota Bandung.

Dalam kasus relokasi PKL tersebut, Wali Kota Bandung Ridwan Kamil menggunakan strategi komunikasi politik untuk menyampaikan beberapa *win-win solution* yang ditawarkannya kepada para pedagang kaki lima. Beberapa solusi tersebut disampaikan melalui pendekatan *ngobrol* antara Wali Kota dengan para pedagang kaki lima. Sebab, akan lebih baik jika suatu pesan politik disampaikan melalui komunikasi yang santai, situasi yang santai, meski tetap memperhatikan kepentingan politik yang menyangkut isi pesan atau media penyampaian.

Dalam penelitian ini, peneliti menunjukkan nilai penting pembahasan strategi komunikasi politik yang baik oleh seorang komunikator (dalam hal ini adalah Wali Kota Bandung Ridwan Kamil) terhadap pemilihan kata dan bahasa yang disampaikan oleh komunikator, media memandang penting terkait dengan isu-isu politik di Kota Bandung yang meresahkan masalah PKL, kemudian khalayak memberikan respon yang baik terhadap isu di media yang di sampaikan serta efek dari komunikasi politik.

Di beberapa literatur disebutkan bahwa, inti komunikasi politik adalah komunikasi yang di arahkan kepada pencapaian suatu yang berpengaruh. Sehingga pada penertiban pedagang kaki lima ini, ketika Wali Kota Bandung Ridwan Kamil menemukan beberapa hambatan penertiban PKL, maka Ridwan Kamil akan menggunakan sistem politik yang ada di dalam kepemimpinannya. Urgensinya dalam suatu sistem politik tak diragukan lagi, karena komunikasi politik terjadi saat keseluruhan fungsi dari sistem politik lainnya dijalankan dan di terapkan oleh Wali Kota Bandung Ridwan Kamil.

Masalah pesan politik terutama yang ada kaitannya dengan aktivitas persuasi, sangat berpengaruh besar terhadap penertiban pedagang kaki lima. Fokus bahasan berkaitan dengan

propaganda sebagai salah satu pendekatan persuasi yang sangat populer dan banyak dilakukan oleh komunikator politik sejak dahulu hingga saat ini. Termasuk ketika Ridwan Kamil menerapkan sistem komunikasi politik melalui *sama rasa sama rata* yakni ketika Ridwan Kamil memosisikan diri sebagai bagian dari lingkup PKL. Melalui empatinya, Ridwan Kamil juga mencari solusi agar bagaimana PKL ini ketika dipindahkan masih tetap ada pembeli yang datang untuk membeli barang dagangannya.

Propaganda dalam komunikasi politik Wali Kota Bandung ternyata juga memainkan peran yang sangat penting karena merupakan satu di antara pendekatan persuasi politik selain periklanan dan retorika. Dalam praktiknya, propaganda mengkolaborasikan pesan politik guna mendapatkan pengaruh secara persuasif. Biasanya digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang terorganisir yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan individu-individu masyarakat yang dipersatukan melalui manipulasi psikologis.

Sementara itu, tak dapat dipungkiri bahwa hampir seluruh pendekatan persuasi kepada khalayak di era informasi ini menempatkan media massa sebagai instrumen saluran yang mesti digunakan. Media massa mempengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Dalam perspektif teori agenda setting, propaganda akan berjalan efektif, jika ada upaya pengemasan pesan dalam prioritas isi media. Isi pesan inilah yang menjadi tawaran dalam mempengaruhi cara berpikir khalayak. Prinsipnya sebenarnya “to tell what to think about” artinya membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Dan besarnya peran media massa itulah yang digunakan Wali Kota Bandung Ridwan Kamil untuk mengajak seluruh masyarakat untuk menerapkan Perda K3.

Ridwan Kamil juga menerapkan manajemen “cinta”, seperti yang telah diungkapkannya;

“Jadi diberi pemahaman dulu. diundang. Ada fase tingkat kelurahan, kecamatan, hingga kota. Aada juga *kan* satgas PKL. Kita lakukan terus pendekatan secara persuasif. Semangat masyarakat Bandung itu ada gotong royong. Manajemen cinta itu *ya* semangat gotong royong. Ternyata setelah dijelaskan mereka mau. Asal ada *win-win solution*. Ada solusinya.” Kata Wali Kota Bandung Ridwan Kamil.⁴⁰

Dengan demikian, maka untuk menyelesaikan permasalahan PKL yang “bandel” tersebut, ternyata juga tidak bisa jika hanya mengandalkan penegakan hukum yang ekstrim saja, tetapi juga bisa melalui pendekatan hukum yang *humanis* dan ternyata lebih efektif untuk diterapkan di masyarakat.

Keberadaan aturan daerah melalui Perda, juga tidak boleh ada kompromi di setiap lapisan penegak hukum dan masyarakat. Sebab, adanya kompromi tersebut, akan melemahkan Perda sebagai aturan yang berlaku. Padahal, Perda dibuat demi kesepakatan dan penegakan aturan bersama, guna menciptakan situasi dan kondisi yang aman, tentram, damai serta demi kelangsungan hidup bersama. Untuk itu adanya isu terkait dengan kompromi terhadap Perda, yang dikhawatirkan para pedagang kaki lima, bahwa adanya permainan terhadap penegakan Perda, ditepis oleh Walikota Bandung Ridwan Kamil. Menurutnya, kekhawatiran tersebut merupakan tantangan tersendiri bagi Pemerintah Kota Bandung. Sehingga bagaimana upaya Pemerintah Kota Bandung untuk mengatasi ketidakpercayaan masyarakat serta penilaian masyarakat terhadap birokrasi yang ada di Kota Bandung.

⁴⁰ Wawancara dengan Wali Kota Bandung Ridwan Kamil, Minggu 17 Mei 2015, pukul 22.00 WIB, di Pendopo Kota Bandung Jalan Dalem Kaum no 1 Bandung.

Berbicara soal efektifitas komunikasi politik yang dilakukan oleh Wali Kota Bandung Ridwan Kamil, rasanya perlu juga menyandingkan antara hukum komunikasi efektif dengan pelaksanaan komunikasi politik yang dilakukan oleh Ridwan Kamil. Syarat komunikasi efektif itu adalah *respect* (sikap menghargai), *empathy* (kemampuan mendengar), *audible* (dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik), *clarity* (jelas), *humble* (rendah hati).

Membangkitkan kesadaran warga kota menjadi salah satu fokus yang kini tengah coba dilakukan oleh Wali Kota Bandung Ridwan Kamil. Mengingat bahwa kesadaran warga menjadi masalah terbesar yang peneliti temukan dalam penelitian ini. Cara-cara kampanye terus dilakukan. Caranya kini menggunakan hal-hal yang kreatif dengan harapan pesan dapat tersampaikan secara efektif kepada seluruh warga.

Seperti kampanye tidak membuang sampah sembarangan, Ridwan Kamil dibantu oleh mahasiswa - mahasiswa Bandung membuat kampanyenya lebih sesuai dengan segmen anak muda. Dalam baligo besar yang terpasang di Jl. Tamansari Bandung nampak foto mahasiswi cantik dengan kata-kata di sampingnya “pilih mana, bayar denda karena nyampah atau traktir aku?”

Cara ini peneliti nilai lebih menarik jika dibandingkan dengan cara-cara lama seperti tulisan “Dilarang Membuang Sampah Sembarangan” yang biasa dituliskan oleh pemerintah di baligo, spanduk, atau lokasi-lokasi penting lainnya. Meski soal efektifitas harus diukur lebih lanjut. Namun respon di masyarakat tentang kampanye ini cukup positif dan menyambut baik. Masyarakat menilai cara ini lebih “ngena” jika dibandingkan dengan cara-cara lama. Mereka mengaku lebih mudah mengingat aturan ini yang juga banyak diduplikasi oleh masyarakat sendiri dengan memotretnya dan disebarakan melalui media sosial. Sehingga memiliki efek pesan berantai.



Gambar 1 : Baligo kampanye kebersihan yang terpasang di Jalan Tamansari Bandung

Pesan komunikasi yang lain yang disampaikan oleh Walikota Bandung adalah tentang membangun kesadaran warganya untuk ikut mencintai dan menjaga kotanya. Disampaikan pesan “Bandung Kita Tanggungjawab Kita”

Pesan tersebut selalu disampaikan dalam sambutan saat pidato, statemen saat diwawancarai wartawan, sampai dengan menuliskannya pada fasilitas-fasilitas publik seperti tempat sampah ramah lingkungan yang ada di sekitar Jalan Asia – Afrika Bandung.



Gambar 2: Pesan “Bandung Kita Tanggungjawab Kita” yang tertulis di Tempat Sampah di Jalan Asia Afrika Bandung

Sementara untuk penegakan Perda no 4 Tahun 2011 tentang penataan dan pembinaan PKL yang mengisyaratkan denda bagi pembeli di PKL, Pemerintah Kota Bandung juga memasang baligo dan spandung di berbagai sudut. Langkah ini peneliti nilai cukup efektif sebagai upaya sosialisasi namun belum maksimal.



Gambar 3: Baligo yang terpasang di samping alun-alun Bandung berisi sosialisasi untuk tidak membeli barang di PKL

Berbagai cara yang dilakukan oleh Wali Kota Bandung adalah upaya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat demi terciptanya pemahaman yang sama sehingga masyarakat mau mengikuti dengan tindakan berbagai peraturan yang diciptakan oleh Pemerintah Kota Bandung baik eksekutif maupun legislatif. Karena dalam komunikasi, efektifitas itu terwujud saat komunikasi secara pemahaman, sikap, dan tindakan sudah sama sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

Daftar Pustaka

Creswell, Jhon W. 1998. *Quality Inquiry & Research Design Choosing Among Five Tradition*. London : Sage Publication.

Mulyana, Deddy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif; Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan ilmu sosial lainnya*, : Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nimmo, Dan. 2010. *Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2013. *Komunikasi Politik Politik Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Meleong, Lexy J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi revisi, Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Wawancara

Wawancara dengan Wali Kota Bandung Ridwan Kamil, Minggu 17 Mei 2015, pukul 22.00 WIB, di Pendopo Kota Bandung Jalan Dalem Kaum no 1 Bandung

Wawancara dengan Sekda Kota Bandung Yossi Irianto, Senin 1 Desember 2015, pukul 21.00 WIB, di Kantor Radio PRFM Jalan Braga no 5 Bandung.

Wawancara dengan Mantan Kepala Sat Pol PP Kota Bandung, Ferdi Ligaswara, Sabtu 18 April 2015, pukul 10.00 WIB di Kantor Dispora Jalan Aceh no 47 Bandung

Wawancara dengan Koordinator PKL Jalan Kepatihan Bandung, Muhammad Taufik

PERSONAL BRANDING DAN RETORIKA KOMUNIKATOR POLITIK PADA PEMILUKADA DKI JAKARTA 2017

**(Analisis Retorika Atas Teks Pidato sebagai Kandidat Gubernur dan Wakil Gubernur
Pada Penentuan Nomor Urut Peserta Pemilu)**

UMAIMAH WAHID

**Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur
Email : umaimah.wahid@budiluhur.ac.id**

ABSTRAK

Pemilihan umum Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017 menjadi perhatian dan pembicaraan publik Jakarta, Indonesia bahkan dunia. Dalam Pemilukada komunikator politik yaitu calon gubernur/wakil gubernur DKI Jakarta berlomba membentuk *personal branding* untuk memperoleh persepsi dan opini positif publik Jakarta yang akan memberikan hak pilih pada hari pemungutan dan penghitungan suara, 15 Februari 2017. Salah satu sarana pembentukan opini publik adalah pidato politik, dan yang menjadi fokus penelitian ini adalah pidato politik dan proses pembentukan *personal branding* komunikator politik.. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui, menjelaskan dan melakukan interpretasi mengenai pembentukan personal branding kandidat gubernur pemilukada Jakarta melalui teks pidato yang disebut sebagai ‘pidato politik pertama’. Teori yang digunakan adalah Komunikasi politik khususnya komunikator politik, pembicaraan dan pidato politik, teori retorika **Roderick P. Hart** melukiskan ‘alam pikiran retorika’ dengan konsep utama yaitu *scientifically demonstrable, artistically creative, philosophically reasonable* dan *socially concerned* dan teori *public relations* khususnya *personal branding*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dan metode analisis retorika. *Personal branding* dipandang sangat penting dibentuk sejak awal (dini) oleh komunikator politik khususnya politisi yang ikut pilkada mampu mengdongkrak popularitas dan kepercayaan publik. Teks pidato pada agenda penentuan nomor urut nyatanya dipergunakan secara maksimal oleh calon kandidat terutama pasangan Agus Yudhoyono-Silviana Murni sebagai pasangan yang cenderung diragukan. Oleh karenanya pidato politik bukanlah pidato biasa, melainkan pidato yang dapat melahirkan pembicaraan politik di kalangan masyarakat dan karenanya harus dipikirkan dengan seksama terkait isi, gaya bahasa dan siapa komunikator yang menyampaikan pidato. Pidato politik mewakili dan menjelaskan apa, siapa, bagaimana dan mengapa pasangan kandidat yang dapat membentuk *personal branding*.

Kata Kunci : Personal Branding, komunikator politik-pasangan calon gubernur/wagub, analisis retorika-teks pidato

PENDAHULUAN

Pidato politik merupakan salah satu bentuk pesan politik yang disampaikan politisi kepada khalayak. Pesan politik adalah bagian yang tidak mungkin terpisahkan dalam prose politik. Politik sebagai komunikat politik berlomba-lomba membuat pesan untuk menjelaskan berbagai ide, nilai, program, tujuan dan rencana politik yang akan digunakan sebagai ‘alat’ penarik’ massa. Pidato politik menjadi bagian yang tidak mungkin dilepaskan dari proses politik.

Setiap proses komunikasi politik yang berlangsung, komunikator politik harus mampu untuk menyampaikan ide-ide, pendapat, harapan, proram kerja dan bahkan kritik atas realitas sosial politik yang mengitari proses politik untuk membentuk percakapan politik di tengah masyarakat. Pesan politik yang disampaikan oleh komunikator politik komunikator dipercaya mampu mempengaruhi opini publik dan membentuk *personal branding* komunikator politik

Komunikator politik dituntut mempunyai kemampuan melakukan percakapan politik yang tepat, benar dan mampu menggugah simpati khalayak dan mampu melakukan persuasi. Komunikator politik adalah sumber informasi yang berupaya secara maksimal mempengaruhi khalayak dalam menyampaikan isu-isu, kebijakan-kebijakan dan program-program padalevel individu, kelompok, organisasi dn masyarakat. Atas dasar pertimbangan tersebut, maka sangat wajar dalam proses penyampaian pesan politik baik dalam proses komunikasi langsung maupun tidak langsung (bermedia), komunikator politik harus mempunyai kemampuan retorika yang baik. Kemampuan retorikakemudian melahirkan keahlian berkomunikasi dalam proses politik. Hal tersebut karena tidak ada proses komunikasi politik tanpa pembicaraan politik.

Pidato politik yang disampaikan oleh komunikator poliitk tentu saja bukan sekedar pidato biasa, melainkan pidato yang sekaligus merupakan representasi personal, organisasi, kelompok, bahkan Negara. Menarik dikaji pidato politik Calon Gubernur Nomor urut 1 t Agus Yudhoyono dan Silviana Murni. Pada Awal pecalonan Agus Yudhoyono sempat diragukan dan menjadi pertanyaan banyak pihak pada ssat partai Demokrat dan partai pendukung lainnya mengusung yang bersangkutan sebagai cagun DKI Jakarta 2017-2022. Keraguan banyak pihak dikarenakan Agus Yudhoyono dipandang belum cakap dalam mpanggung politik karena belum pernah terlibat secara aktif di ruang politik. Selama ini Agus Yudhoyono lebih dikenal sebagai tentara dan anak Susilo Bambang Yudhotono serta suami arti Anisa Pohan.

Agus Yudhoyono sebagai komunikator politik belum teruji baik dalam Komunikator politik semestinya mempunyai kemampuan berbicara yang baik dan memenuhi kaidah-kaidah retorika yaitu seni keahlian berbicara/berpidato. Keahlian berbicara di depan publik menjadi titik tolak retorikadalam sebuah pembicaraan atau percakapan. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu (misalnya memberi informasi). Berbicara adalah salah satu kemampuan khusus pada manusia dengan menggunakan alat komunikasi verbal yaitu bahasa.

Rangkaian bahasa yang tepat dan gaya yang sesuai akan membuat sebuah pembicaraan menjadi manarik bagi khalayak atau publik. Bahasa yang tepat dan baik menjadi syarat penting sebuah percakapan karena memudahkan proses komunikasi politik. Bahasa adalah medium konstruksi atas realitas dan merupakan hasil pemikiran komunikator politik. Retorika atau dalam bahasa Inggris *rhetoric* berasal dari bahasa Latin *rhetorica* yang berarti ilmu bicara. Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren (Effendy, 2007:53) mendefinisikan retorika sebagai '*the art of using language effectively*' atau seni penggunaan bahasa secara efektif. Artinya, retorika mempunyai pengertian sempit yaitu mengenai bicara, dan pengertian luas yaitu penggunaan bahasa, bisa lisan, dapat juga tulisan.

Analisis retorika yang digunakan adalah analisis retorika teori retorika **Roderick P. Hart** melukiskan 'alam pikiran retorika' yang dipandangnyanya sehat dengan konsep utama yaitu *scientifically demonstrable, artistically creative, philosophically reasonable* dan *socially concerned* dan teori *public relations* khususnya *personal branding*. Penelitian ini dilengkapi dengan konsep-konsep yaitu pemilukada dan teks pidato. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dan metode analisis retorika atas pidato politik Agus Yudhoyono-Silviana Murni pada agenda penentuan nomor urut kampanye Pemilukada DKI Jakarta 2017-2022.

Berdasarkan hasil pemilihan nomor dan pengumuman yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada Selasa, 25 Oktober 2016, penetapan nomor urut pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017 di JIExpo Kemayoran, Jakpus, Komisi i Pemilihan Umum DKI Jakarta resmi menetapkan nomor urut pasangan calon gubernur DKI Jakarta yang akan bertarung pada Pilgub DKI 2017. Ada tiga pasangan calon yang akan mulai melakukan kampanye pada Jumat 28 Oktober 2016 mendatang yaitu pasangan Agus Yudhoyono-Sylviana Murni mendapat nomor urut satu. Sedangkan pasangan Basuki T Purnama (Ahok)-Djarot Saiful Hidayat mendapat nomor urut dua. Kemudian pasangan Anies Baswedan-Sandiaga Uno mendapat nomor urut tiga.

Pasca penumuman nomor urut ketiga pasang calon gubernur dan wakil gubernur diberikan kesempatan untuk berpidato didepan publik yang mulai oleh nomor urut 1, 2 dan 3. Pidato politik nomor urut 1 disampaikan oleh calon gubernur nomor urut 1 yaitu Agus Yudhoyono, pidato pasangan nomor 2 disampaikan oleh calon wakil gubernur Djarot Saiful Hidayat, dan pidato pasangan nomor 2 disampaikan oleh calon gubernur Anies Baswedan.

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah pidato pasangan calon Gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta khususnya pidato calon gubernur Nomor urut 1 yaitu Agus Yudhoyono dan Silviana. Pasangan yang menurut hasil beberapa survei, elektabilitasnya masih nomor urut 3, namun secara signifikan elektabilitasnya terus meningkat. Pasangan nomor urut1 juga adalah pasangan yang calon gubernur belum mempunyai pengalaman politik sama sekali..oleh karenanya, menarik peneliti untuk mencari tahu dan menganalisis mengenai pidato politik yang disampaikan apakah member implikasi logis terhadap pemebntukan personal branding Agus Yodhoyono. Kajian mengenai makna dan kekuatan teks sebagai medium konstruksi pesan menggunakan analisis retorika yang merupakan analisis berkaitan dengan keahlian komunikator dalam menyampaikan pidato politik kepada khalayak dan pidato tersebut mampu memperharuhi bahkan dinyakini dapat membentuk *personal branding* komunikator Politik yang dalam hal ini adalah Agus Yudhoyono.

Tujuan penelitian mengenai personal branding komunikator politik dalam pilkada Jakarta 2017 dengan menggunakan teks pidato politik pada agenda pengumuman nomor urut cagub dan cawagub DKI Jakarta adalah hendka mengetahui dan memahmai makna dari teks pidato dengan menggunakan analisis retorika Roderick P. Hart. Sekaligus berusaha menganalisis dan memahahami mengenai proses penyampaian pidato dan implikaisnya dalam pembentukan *personal branding*.

Dalam proses komunikasi politik di era sekarang, komunikator politik tidak mungkin hadir hanya sebagai calon semata dalam pemilu kata, melainkankomunikator politik adalah produk politik dituntut untuk mempunyai kualitas yang mumpuni, dikemas secara maksimal dan dipromosikan secara konstinyu sesuai *setting* sosial politik yang ada saat itu. Pidato politik dipercaya mampu membentuk *personal branding* komunikator politik, setidaknya menjadi komunikator politik mampu memberikan kesan pertama kepada khalayak dengan baik dan yang mendukung pembentukan *personal branding* kandidat tersebut. Oleh karenanya dalam politik, *brand* ikut menentukan keberhasilan kampanye politik sehingga komunikator politik dipercaya sebagai sosok yang tepat dan mampu menjadi pemimpin yang mempunyai identitas yang baik.

Komunikator politik adalah sumber informasi dan '*brand*' utama dalam proses poliitk seperti pemilukada. Siapa mampu memunculkan persepsi positif mengenai diri kandidat cenderung mampu membentuk 'pesona' dan kepercayaan khalayak. Seorang komunikator politik bukan hanya seorang kandidat semata, melainkan merupakan representasi ide, nilai, program dan partai politik yang mendukung kandidat tersebut dalam proses politik. *Dalam Marketing public relations, merek (Brand) dipercaya sangat penting dan menciptakan kekuatan identitas pada khalayak. Brand* diartikan sebagai ide, kata, desain

grafis, dan suara atau bunyi yang mensymbolisasikan produk, jasa, dan perusahaan yang memproduksi produk dan jasa tersebut” (Janita, 2009: 4). *Branding* tidak saja berlaku pada suatu produk atau layanan saja namun juga bisa terhadap *retailer* dan distributor, orang, organisasi, perusahaan, berbagai *event* olahraga, karya seni, tempat, atau daerah tertentu. (Ambadar, 2007: 7-8).

Pemahaman mengenai Branding cakupannya cukup luasi, tidak hanya perusahaan, produk/jasa saja yang dapat melakukan *branding*, seorang individu pun dapat melakukan *branding* terhadap dirinya, yang kemudian disebut dengan istilah *Personal branding*. *Personal branding* adalah ‘sesuatu nilai’ yang melekat pada seorang kandidat sehingga memudahkan pihak lain mengetahui, mengenali dan menetapkan keputusan mengenai sebuah obyek. *Personal branding* yang dibentuk oleh seorang individu juga untuk menimbulkan persepsi di benak masyarakat mengenai nilai dan kualitas individu tersebut. Menurut Peter Montoya, *Personal branding* merupakan identitas personal yang juga dapat menimbulkan persepsi di benak audiens, yaitu mengenai nilai dan kualitas yang disandang oleh pemilik nama tersebut (dalam Rangkuti, 2013: 3).

Personal branding merupakan merek “pribadi anda” di benak semua orang yang anda kenal. Orang mungkin akan lupa dengan wajah anda, namun “merek pribadi” anda akan selalu diingat orang lain. Konsistensi merupakan prasyarat utama dari personal branding yang kuat. Hal-hal yang tidak konsisten akan melemahkan personal branding anda, dimana pada akhirnya akan menghilangkan kepercayaan serta ingatan orang lain terhadap diri anda. (McNally & Speak, 2002: 13).

Komunikator politik, seperti politisi atau kandidat dalam proses pemilu sudah sepatutnya mempunyai keahlian dalam berkomunikasi di muka umum atau di depan publik. Kemampuan berkomunikasi atau khususnya berpidato diperlukan sebagai salah satu proses pembentuka citra (image) positif pada diri komunikator. Kemampuan berbicara di depan umum (*public speaking*) menjadi salah satu modal bagi komunikator politik dalam mempengaruhi massa dan menciptakan persepsi positif di kalangan masyarakat. Persepsi positif mampu menggerakkan pemahaman positif khalayak terhadap komunikator politik.

Setiap orang dapat menjadi komunikator, namun hanya sebagai kecil yang mempunyai kemampuan *Personal Branding*. *Personal branding* harus dibentuk dan membutuhkan proses yang serius dan terus menerus untuk membuat ‘merek seseorang’ diketahui, dikenal dan mempunyai reputasi yang positif. Dalam proses pembentukan *personal branding* beberapa hal yang terkait yaitu

1. Menentukan siapa diri kita sebenarnya (termasuk “*core competence*” yang kita miliki).
2. Menentukan apa yang kita kerjakan (termasuk produk/jasa yang kita hasilkan).
3. Memosisikan diri kita (yaitu dengan menentukan siapa target market kita dan apa yang menyebabkan kita/produk/jasa yang kita berikan berbeda dengan yang dimiliki pesaing, juga yang tak kalah penting adalah “alasan” mengapa orang lain harus berhubungan dengan kita).
4. Mengelola brand yang sudah kita miliki secara terus-menerus, jangan sampai mengalami kemerosotan. (Rangkuti, 2013:6).

2 . Analisis Retorika

Proses komunikasi politik membutuhkan komunikator, yang menciotakan pesan dan menyampaikan pesan melalui media kepada khakayak atau publik sehingga mampu memunculkan pembicaraan politik sebagai efek komunikasi politik. Kemampuan komunikator politik diperlukan untuk menyampaikan pesan secara tepat dan sesuai dnegan setting khalayak, dalam konteks tersebut, komunikator politik sepatutnya mempunyai pemahmana rretorika sehingga dapat merancang dan menyampaikan pesan kepada khalayak secara baik. Retorikamerupakan seni *berbahasayang* didasarkan pada suatu pengetahuan atau metode yang teratur dan baik. Morrisan dan Andy Corry (2009 :44) bahwa menurut Littlejohn, retorika didefinisikan sebagai *art of constructing arguments and speechmaking* yaitu seni membangun argumentasi dan seni berbicara. Retorika juga mencakup proses untuk menyesuaikan ide dengan orang dan menyesuaikan orang dengan ide melalui beberapa macam pesan.

Dalam setiap proses komunikasi politik senantiasa melibatkan pembicaraan dan perdebatan seperti pidato, ceramah, atau khotbah sangat diperlukan seni atau keterampilan berbicara yang baik dan menarik. Hal tersebut merupakan upaya menciptakan kesan pertama dan daya tarik dari pendengar atau khalayak politik. Tanpa kemampuan berbicara yang baik, sebuah pembicaraan politik 'hanya' menjadi informasi yang berlalu tanpa kesan. Dalam pembicaraan politik, komunikator politik dituntut mampu menciptakan pembicaraan yang menarik dengan alasan yang masuk akal dan bertanggung jawab, disertai data memadai dan disampaikan dengan gaya retorika menarik. Kemampun berdebat dan berdiskusi sangat diperlukan dalam proses komunikasi politik agar mampu menguasai pembicaraan politik sebagai bentuk dialektika dari proses politik. Kemampuan untuk menciptakan pembicaraan di depan publik dengan baik inilah yang dinamakan *public speaking*.

Kemampuan retorika yang dimiliki komunikator politik dapat meningkatkan kualitas komunikasi politik dan memudahkan dalam proses pembentukan opini publik. Dalam tindakan politik, pembentukan opini publik diciptakan melalui percakapan politik yang melibatkan komunikator-komunikator politik. Perdebatan diantara komunikator politik dilakukan untuk menciptakan, memelihara, mempertahankan, dan memperluas pengaruh dan kekuasaan politik.

Pidato politik dalam retorika modern harus menjadi sebagai realitas yang dihasilkan dari ruang yang sehat. Artinya seorang komunikator politik mau tidak mau harus menguapakan pidato politik yang mampu menjelaskan dengan tepat mengenai apa yang dipikirkan, dan direncanakan sebagai individu yang bertanggung jawab untuk mempersuasi khalayak atau public. Roderick P. Hart dalam bukunya "*Modern Rhetorical Criticism*" (1977), melukiskan 'alam pikiran retorika' yang dipandangnyasehat. Suatu retorika yang baik, katanya, harus memadukan empat aspek. **Pertama**, *scientifically demonstrable*; harfiahnya suatu tuturan harus bisa dibuktikan secara ilmiah atau berdasarkan fakta. **Kedua**, *artistically creative*; terutama berasosiasi dengan pemanfaatan retorika secara particular, yakni dalam pengucapan seni. Dalam berbahasa sehari-hari tentu tidak perlu berbunga-bunga, yang penting jelas dan santun. **Ketiga**, *philosophically reasonable*; memperhatikan moral dan etika dalam bertutur untuk membedakan baik dan buruk, manfaat dan mudarat, berkah dan mubazir. **Keempat**, *socially concerned*; suatu retorika, apalagi yang terbuka untuk umum, haruslah bertemali dan bermanfaat memecahkan masalah orang banyak sehingga mensejahterakan kehidupan bersama lahir-batin.

Hart (Tubbs dan Moss, 122) menyatakan terdapat sepuluh tuntunan unik yang dapat dipergunakan komunikator politik dalam komunikasi publik, yaitu:

1. Pesan harus relevan dengan kelompok sebagai suatu keseluruhan, tidak hanya satu, sebagaimana individu atau hanya kelompok tertentu.
2. Bahasa “publik” lebih terbatas, menggunakan lebih banyak bahasa yang sudah dikenal umum dan menghindari bahasa personal. Seorang komunikator politik dalam forum politik dihadapan publik tabu untuk menyatakan kepentingan atau urusan personal. Jadi gunakanlah bahasa-bahasa yang digunakan untuk
3. Membahasakan realitas dan publikasi dilakukan juga kepada banyak khalayak bukan hanya untuk khalayak tertentu dalam jumlah terbatas.
4. Umpan balik lebih terbatas. Umumnya dalam bentuk nonverbal yang terbatas.
5. Dalam era media massa. khalayak mempunyai peluang memberikan umpan balik hanya ‘jika media memeberi ruang, seperti pada surat kabar dengan surat pembaca atau ralat.
6. Khalayak yang dihadapi lebih beraneka ragam. Meningkatkan jumlah khalayak pendengar memperbesar kemungkinan kesalahan menafsirkan umpan balik, karena banyaknya reaksi pendengar yang harus diamati.
7. Pembicara harus membuat persiapan pidato yang lebih lengkap.
8. Persoalan adaptasi menjadi hal terpenting karena sebuah pesan hanya sesuai untuk banyak orang yang berbeda-beda.
9. Analisis khalayak pendengar lebih sulit dan lebih tidak akurat karena pembicaraan berinteraksi secara serentak dengan jumlah orang yang banyak. Kadang-kadang sulit memusatkan perhatian terhadap pesan karena banyak situasi lain yang menarik perhatian publik.
10. Jumlah perubahan pesan dalam komunikasi publik bisa lebih banyak karena pesan sampai kepada lebih banyak orang dalam satuan waktu tertentu.

3. Komunikator Politik

Dalam setiap proses komunikasi politik, komunikator adalah sumber pesan atau pihak yang menyampaikan pesan politik kepada khalayak. Proses politik tidak mungkin terjadi tanpa adanya keterlibatan komunikator politik. Komunikator (sender atau sumber) ialah sumber informasi yang menciptakan pesan dan sekaligus menyampaikan pesan kepada khalayak dengan memakai saluran-saluran komunikasi dan media massa. Sumber bisa terdiri atas satu orang, dua orang, kelompok atau organisasi. Sumber bisa berupa media, partai politik, bahkan negara. Komunikator atau yang sering disebut dengan sender, source, atau encoder merupakan sumber informasi yang mempunyai kewenangan atau kekuasaan untuk menciptakan dan mengirim pesan kepada khalayak sebagai tujuan dalam proses komunikasi. (Wahid, 2016)

Komunikator (sender atau sumber) ialah sumber informasi yang menciptakan pesan dan sekaligus menyampaikan pesan kepada khalayak dengan memakai saluran-saluran komunikasi dan media massa. Sumber bisa terdiri atas satu orang, dua orang, kelompok atau organisasi. Sumber bisa berupa media, partai politik, bahkan negara. Komunikator atau yang sering disebut dengan sender, source, atau encoder merupakan sumber informasi yang mempunyai kewenangan atau kekuasaan untuk menciptakan dan mengirim pesan kepada khalayak sebagai tujuan dalam proses komunikasi.

Politik adalah aktivitas yang dinamis dan melibatkan realitas sosial yang melingkupi aktivitas politik. Nimmo (2005) menjelaskan bahwa proses politik membutuhkan ‘matriks sosial’, yaitu setting atau situasi saat aktivitas politik berlangsung. Artinya, proses politik selalu integral dengan sistem sosial budaya masyarakat. Robert E. Goodin dan Hans-Dieter Klingemann (1996: 7) menyebutkan bahwa politik dapat dicirikan dengan adanya penggunaan atau keterlibatan kekuatan sosial dalam proses politik yang berlangsung (*constrained use of power*). (Wahid, 2016)

Komunikator politik utama memainkan peran sosial yang utama, khususnya dalam pembentukan opini publik. Karl Popper mengemukakan “teori pelopor mengenai opini publik” yang menyatakan bahwa opini publik seluruhnya dibangun di sekitar komunikator politik (Nimmo, 2005: 34) Opini public dapat terbentuk dengan maksimal jika personal branding seseorang juga terbentuk dengan baik. Seorang kandidat yang mempunyai personal branding positif dapat mendukung opini publik positif juga dalam proses pemilu.

4. Pidato Politik

Pidato politik adalah pidato yang disampaikan oleh komunikator politik. Pidato adalah pesan politik yang dibuat oleh komunikator politik dan diupayakan untuk mempengaruhi public atau khalayak politik. Dalam aktivitas politik hampir tidak mungkin tanpa pidato politik. Pidato politik yang dilakukan di depan publik merupakan proses *public speaking* seorang komunikator politik yang mampu membentuk *personal branding*. Oleh karenanya komunikator politik perlu mempertimbangkan komposisi yang tepat dalam membuat pidato politik. Setidaknya terdapat tiga komposisi yang dapat digunakan dalam proses pembuatan pidato politik yang baik, yaitu :

1. Kesatuan (*unity*) – komposisi yang baik harus merupakan kesatuan yang utuh, meliputi kesatuan dalam isi, tujuan, dan sifat (*mood*). Mempunyai satu macam tujuan (diantara menghibur, memberitahukan, dan mempengaruhi). Menggunakan pemilihan bahan, gaya bahasa, atau pemilihan kata-kata.
2. Pertautan (*coherence*) – menunjukkan urutan bagian uraian yang berkaitan satu sama lain.
3. Titik-berat (*emphasis*) – menunjukkan pendengar pada bagian penting yang patut diperhatikan. (Rakhmat, 2011)

Dalam setiap proses pidato, sangat penting untuk membuat teks pidato yang tepat dan relevan dengan peristiwa komunikasi politik. Komunikator politik dituntut untuk mempertimbangkan elemen-elemen public speaking sebagai upayateks pidato dapat mempengaruhi khalayak. Berdasarkan latar belakang masalah dan kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini, maka dapat dinyatakan fokus permasalahan adalah : Bagaimana makna pidato calon gubernur Agus Yudhoyono menurut analisis retorika Roderick P Hart dapat membentuk *personal branding* komunikator politik ?

METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma terdiri dari asumsi dasar, teknik riset yang digunakan, dan contoh seperti apa seharusnya teknik riset yang baik (Newman, 1997:62-63). Menurut Agus Salim (2001 : 33)) dalam bukunya Teori dan Paradigma, paradigma adalah ibarat sebuah jendela tempat orang mengamati dunia luar, tempat orang bertolak menjelajahi dunia dengan wawasannya (*world-view*). Paradigma adalah pandangan fundamental tentang apa yang menjadi pokok persoalan

dalam ilmu pengetahuan. Paradigma membantu merumuskan apa yang harus dipelajari, pertanyaan-pertanyaan apa yang semestinya dijawab, bagaimana semestinya pertanyaan-pertanyaan itu diajukan, dan aturan-aturan apa yang harus diikuti dalam menafsirkan jawaban yang diperoleh. Menurut Wimmer dan Dominick seperti “menyebut pendekatan dengan paradigma, yaitu seperangkat teori, prosedur, dan asumsi yang diyakini tentang bagaimana peneliti melihat dunia.” (Kriyantono, 2008 : 48)

Paradigma penelitian, dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian sosial. Ada beberapa macam jenis paradigma menurut pakar komunikasi salah satunya adalah menurut Deddy Nur Hidayat, pengelompokkan paradigma penelitian terdiri dari tiga jenis yaitu klasik, kritis, dan konstruktivis. (Hamad, 2005 : 1) Paradigma penelitian menjadi landasan peneliti dalam melakukan teknik pengumpulan data, jenis data yang dipilih dan diperoleh dan cara melaporkan data. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Dijelaskan bahwa “Paradigma konstruktivis jenis data yang diperoleh bersifat subjektif dalam arti didasarkan pada pandangan pihak yang diteliti”. (Hamad, 2005 : 3). Konstruktivisme dapat dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang di sekitarnya. Kemudian individu membangun sendiri pengetahuan atas realitas yang dilihatnya itu berdasarkan pada struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya.

Konstruktivis menurut Deddy N Hidayat, merupakan paradigma yang memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action*, ilmu di peroleh melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap perilaku sosial dalam suasana keseharian yang alamiah agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2005) Penelitian tidak mungkin mengabaikan paradigma karena paradigma adalah muara dalam logika pikir penelitian yang mengarahkan semua proses penelitian dan logika pikir elemen-elemen penelitian yang digunakan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pendekatan Kualitatif*. Penelitian kualitatif (*qualitative research*) adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. (Sudikin, 2002:1). Pendekatan kualitatif adalah mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia serta menganalisa kualitas-kualitasnya. Penelitian kualitatif berusaha memperoleh pemahaman yang otentik mengenai pengalaman orang-orang sebagaimana dirasakan oleh orang-orang yang bersangkutan. (Mulyana, 2003 : 156). Sedangkan menurut Jane Richie, yang dikutip oleh Lexy J. Meleong (2005:6) adalah : “*Penelitian Kualitatif* adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti.

Menurut Strauss dan Corbin (2003) penelitian kualitatif dimaksud sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Selanjutnya, dipilihnya penelitian kualitatif karena kemantapan peneliti berdasarkan pengalaman penelitiannya dan metode kualitatif dapat memberikan rincian yang lebih kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis retorika. Analisis retorika adalah analisis yang digunakan untuk memahami makna teks komunikasi, yang dalam penelitian ini adalah teks pidato. Pidato politik yang baik sangat diperlukan dalam proses politik. Oleh karenanya penting untuk menggunakan elemen-elemen didalam membangun keberhasilan publik speaking (retorika) yaitu: a) Pembicara harus menentukan topik dan tujuan, b) Pembicara harus mampu menganalisis situasi dan publik, c) Pembicara harus memperhatikan cara membuka pidato dan d) Pembicara harus memperhatikan cara menutup pidato (Olii, 2008)

Analisis retorika teks pidato calon gubernur Agus Yudhoyono dan Silviana murni didasarkan teori Roderick P yaitu upaya menciptakan pidato poliitik yang sehat adalah upaya memadukan empat aspek yaitu :

	Konsep – Teori	Definisi	Maksud
Pertama	<i>scientifically demonstrable</i>	harfiahnya suatu tuturan harus bisa dibuktikan secara ilmiah atau berdasarkan fakta.	Kata dan kalimat yang menjelaskan fakta bukan asumsi semata
Kedua	<i>artistically creative</i>	berasosiasi dengan pemanfaatan retorika secara particular, yakni dalam pengucapan seni. - dalam berbahasa sehari-hari tentu tidak perlu berbunga-bunga, yang penting jelas dan santun.	Menyatakan kata dan kalimat yang sewajarnya- tidak berlebihan, namun jelas dan santun
Ketiga	<i>philosophically reasonable</i>	memperhatikan moral dan etika dalam bertutur untuk membedakan baik dan buruk, manfaat dan mudarat, berkah dan mubazir	Kata dan kalimat yang menjelaskan nilai-nilai etika dan moral : nilai baik dan buruk dstnya
Keempat	<i>socially concerned</i>	suatu retorika, apalagi yang terbuka untuk umum, haruslah bertemali dan bermanfaat memecahkan masalah orang banyak sehingga mensejahterakan kehidupan bersama lahir-batin.	Kata dan kalimat yang menjelaskan keterkaitan antara satu pernyataan dengan pernyataan lainnya untuk memberi solusi-memecahkan masalah.

Modern Rhetorical Criticism” (1977)

Naskah pidato yang digunakan dalam penelitian adalah:

Assalamu’alaikum Wr. Wb. Salah Sejahtera kepada kira semua, Om suwasti om..

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji syukur kepada Allah SWT karena malam hari ini kita dipertemukan dalam acara yang begitu penting, yang mengawali langkah pilkada DKI Jakarta 2017-2022.

Terima kasih saya ucapkan kepada KPU, Panwaslu dan jajarannya maupun kepada pasangan calon karena kita sudah melewati tahap demi tahap persiapan kampanye Jakarta ini dengan damai, sehat dan demokratis.

Saya Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni mengatakan siap untuk berkompetisi secara damai, tertib, dan demokratis. Dan *Alhamdulillah* pasangan kami dapat nomor satu. Nomor Ini baik insya Allah. Nomor urut berapa pun pada dasarnya adalah baik. Tergantung dari bagaimana masing-masing pasangan mengartikan. Namun saya yakin di luar sana banyak yang sudah mengutak-atik, setiap orang mulai memaknai dan menafsirkan arti nomor tersebut. Hal tersebut dianggapnya sebagai hal yang wajar sebagai bentuk perhatian publik.

"Tetapi yang penting adalah visi, misi, dan solusi. Juga komitmen dan ketulusan untuk memimpin Jakarta. Menuju Jakarta yang lebih baik lagi. Membuat Jakarta jadi rumah semua. Jakarta untuk rakyat,"

Seluruh pasangan calon gubernur tentunya menginginkan kampanye yang damai dan menyenangkan. menginginkan agar kampanye dapat berjalan dengan lancar dan bernilai pendidikan.

"Kita tetap dalam pola pandang dan rasional. Karena kita ingin kampanye yang menyenangkan, mencerahkan, dan mengedukasi. Kita ingin lihat Ibu Kota Indonesia membuat bangga. Karena dunia internasional menyoroti sebagai tolak ukur sebuah bangsa.

Saya akhiri pidato mala mini dengan pantun."Jalan-jalan ke Pasar Baru, banyak orang senyum dan menyapa. *Alhamdulillah* dapat nomor satu, semoga sukses untuk Jakarta. (Pilkada Liputan6.com-25 Oct 2016 dan Coutecy Youtube, diaksen 5 November 2016, pukul 20.23 -20.45 WIB.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan yang dilakukan terhadap teks pidato Agus Yudhoyono –Silviana Murni pada waktu pengumuman nomor urut pasangan Cagub dan cawagub Pilkada DKI Jakarta 2017-2022 sebgai berikut :

	Konsep – Teori	Definisi	Maksud	Maksud
Pertama	<i>scientifically demonstrable</i>	harfiahnya suatu tuturan harus bisa dibuktikan secara ilmiah atau berdasarkan fakta.	Kata dan kalimat yang menjelaskan fakta bukan asumsi semata	<p>Tergantung dari bagaimana masing-masing pasangan mengartikan. Namun saya yakin di luar sana banyak yang sudah mengutak-atik, setiap orang mulai memaknai dan menafsirkan arti nomor tersebut.</p> <p>Hal tersebut dianggapnya sebagai hal yang wajar sebagai bentuk perhatian publik.</p> <p>Kita tetap dalam pola pandang dan rasional. Karena kita ingin kampanye yang menyenangkan, mencerahkan, dan mengedukasi.</p> <p>Kita ingin lihat Ibu Kota Indonesia membuat bangga. Karena dunia internasional menyoroti sebagai tolak ukur sebuah bangsa</p>
Kedua	<i>artistically creative</i>	berasosiasi dengan pemanfaatan retorika secara particular, yakni dalam pengucapan seni. - dalam berbahasa sehari-hari tentu tidak perlu berbunga-bunga, yang penting jelas dan santun.	Menyatakan kata dan kalimat yang sewajarnya- tidak berlebihan, namun jelas dan santun	<p>Seluruh pasangan calon gubernur tentunya menginginkan kampanye yang damai dan menyenangkan.</p> <p>inginkan agar kampanye dapat berjalan dengan lancar dan bernilai pendidikan</p> <p>Saya akhiri pidato malam mini dengan pantun."Jalan-jalan ke Pasar Baru, banyak orang senyum dan menyapa.</p>

				<i>Alhamdulillah</i> dapat nomor satu, semoga sukses untuk Jakarta
Ketiga	<i>philosophically reasonable</i>	memperhatikan moral dan etika dalam bertutur untuk membedakan baik dan buruk, manfaat dan mudarat, berkah dan mubazir	Kata dan kalimat yang menjelaskan nilai-nilai etika dan moral : nilai baik dan buruk dstnya	kita sudah melewati tahap demi tahap persiapan kampanye Jakarta ini dengan damai, sehat dan demokratis. Dan <i>Alhamdulillah</i> pasangan kami dapat nomor satu. Nomor Ini baik insya Allah. Nomor urut berapa pun pada dasarnya adalah baik
Keempat	<i>socially concerned</i>	suatu retorika, apalagi yang terbuka untuk umum, haruslah bertamali dan bermanfaat memecahkan masalah orang banyak sehingga mensejahterakan kehidupan bersama lahir-batin.	Kata dan kalimat yang menjelaskan keterkaitan antara satu pernyataan dengan pernyataan lainnya untuk memberi solusi-memecahkan masalah.	Tetapi yang penting adalah visi, misi, dan solusi. Juga komitmen dan ketulusan untuk memimpin Jakarta. Menuju Jakarta yang lebih baik lagi. Membuat Jakarta jadi rumah semua. Jakarta untuk rakyat,"

*Tabel Hasil Penelitian Analisis Retorika Menurut Roderick P. Rick
Modern Rhetorical Criticism” (1977)*

PEMBAHASAN

Pidato Politik Membentuk *Personal Branding*

Pidato Politik Agus Yudhoyono dapat dinyatakan sudah dipersiapkan secara baik, terencana dan sistematis. Walau ini merupakan pidato politik kedua setelah mencalonkan diri dan pidato pertama setelah resmi memperoleh nomor urut 1 sebagai peserta pemilukada DKI Jakarta 2017-2022. Pidato politik yang baik sangat diperlukan dalam proses politik sehingga mampu menjelaskan rencana, tujuan dan target komunikator politik dalam proses politik. Pidato politik Agus-Silvi topiknya adalah “Jakarta Untuk Rakyat” , dan tujuannya adalah “menyakinkan publik bahwa pasangan nomor urut 1 siap, mampu dan percaya diri maju sebagai calon gubernur DKI Jakarta 2017-2022. Hal tersebut diperlukan karena pasca ditetapkan sebagai calon yang diusung Partai Demokrat dan Partai pendukung lainnya banyak pihak meragukan kemampuan Agus karena belum mempunyai pengalaman sebagai politisi dan di pemerintahan.

Agus Yudhoyono nampaknya memahami bahwa situasi Jakarta yang selama pemerintahan Basuki Tjahaya Purnama – Jarot Saiful Hidayat banyak melakukan pengusuran dan cenderung dinilai sebagian pihak tidak berpihak kepada rakyat kecil, namun lebih mengutamakan kalangan pengusaha. Pidato atau Pembicara harus mampu menganalisis situasi dan publik yang saat sekarang cenderung khawatir akan mengalami pengusuran kembali. Pernyataan Agus dalam pidatonya bahwa akan membangun Jakarta untuk rakyat seakan menegaskan dan mempersuasi khalayak bahwa Agus-Silvi mengusung keberpihakan kepada rakyat yang mungkin selama ini ditinggalkan oleh pemerintah DKI Jakarta.

Dalam Pidato yang berlangsung pada Tanggal 25 Oktober 2016, Agus- Yudhoyono membuka pidato dengan salam baik ditujukan kepada khalayak muslim, Kristen-Katolik maupun khalayak Hindu. Menyatakan syukur berkaitan dengan proses pelaksanaan rangkaian

kampanye yang sudah berjalan lancar dan berterima kasih kepada KPU, Panwaslu serta kepada pasangan calon lainnya yang telah bersama-sama melewati secara bertahap proses kampanye pemilu. Pembicara pidato Agus-Silvi memperhatikan cara membuka pidato dengan baik dan santun.

Dalam pembicaraan dan pidato politik memperhatikan cara menutup pidato yang disampaikan dengan baik dan menarik oleh Agus Yudhoyono dengan menggunakan pantun sebagai tradisi budaya Betawi. Penggunaan pantun menjelaskan bahwa Agus-Silvi hendak menyatakan bahwa memperhatikan budaya betawi sebagai masyarakat asli di Jakarta. Oleh karena pidato yang disampaikan Agus-Silvi juga mempertimbangkan tiga komposisi yang dapat digunakan dalam proses pembuatan pidato politik yang baik, yaitu :

1. Kesatuan (*unity*) – komposisi yang baik harus merupakan kesatuan yang utuh, meliputi kesatuan dalam isi, tujuan, dan sifat (*mood*). Mempunyai satu macam tujuan (diantara menghibur, memberitahukan, dan mempengaruhi). Menggunakan pemilihan bahan, gaya bahasa, atau pemilihan kata-kata. Teks pidato mempertimbangan kesatuan dalam isi dari awal sampai dengan akhir. Tujuan juga dijelaskan dengan singkat, jelas dan tegas walau tidak dengan gaya memaksa. Sifat dalam penyampaian pidato juga baik dan relevan dengan situasi yang saat ini. Bahan pidato menggunakan bahan atau situasi atau materi yang tepat terkait tujuan dan rasionalitas dalam pidato.gaya pidato menarik, ramah dan tegas serta santu. Disukung dengan menggunakan baju batik motif Betawi yang dapat menegaskan keberpihakan pasangan Agus-Silvi terhadap masyarakat Betawi. Namun gaya pada awal pidato cenderung menjelaskan bahwa Agus Yudhoyono masih gugup dengan mengecek *microphone* dalam waktu 1 menit.
2. Pertautan (*coherence*) – menunjukkan urutan bagian uraian yang berkaitan satu sama lain. Pidato politik memenuhi koherensi dari pembukaan, isi utama yang dilengkapi dengan alasan, fokus dan bukti-bukti serta diakhir dengan santun menggunakan pantun sebagai salah satu tradisi Betawi.
3. Titik-berat (*emphasis*) – menunjukkan pendengar pada bagian penting yang patut diperhatikan. Pidato Agus Yudhoyono secara jelas menegaskan dengan memberkan alasan-alasan filosofis, rasional dan etis mengenai Pilkada dan kampanye.

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dinyatakan bahwa pidato Agus-Silvi memenuhi sepuluh hal unik yang dapat dipergunakan komunikator politik dalam komunikasi publik, yaitu: pesan ditujukan kepada semua kelompok bukan hanya kepada kelompok khusus yang mendukung pasangan nomor 1. Pesan yang disampaikan relevan bersifat keseluruhan, tidak hanya diperuntukkan bagikelompok tertentu saja melainkan bersifat menyeluruh. Bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang dikenal dengan baik oleh masyarakat, karena menggunakan bahasa yang ‘dekat’ dengan kondisi sosial politik masyarakat, bahkan menambahkan pernyataan ringan bahwa akan muncul perkiraan tafsir nomor urut. Bahasa yang digunakan adalah yang sudah dikenal umum dan menghindari bahasa personal. Seorang komunikator politik dalam forum politik dihadapan publik tabu untuk menyatakan kepentingan atau urusan personal. Membahasakan realitas dan publikasi dilakukan juga kepada banyak khalayak bukan hanya untuk khalayak tertentu dalam jumlah terbatas.

Umpan balik yang diterima tidak secara langsung pada saat penyampaian pidato politik, melainkan umpan balik diharapkan akan diperoleh dengan munculnya tanggapan positif terhadap pasangan nomor 1. Dalam era media massa, khalayak mempunyai peluang memberikan umpan balik hanya 'jika media memberi ruang, seperti pada surat kabar dengan surat pembaca atau ralat. Namun saat ini, dalam era media baru dan sosial media, khalayak dapat memberikan umpan balik secara cepat bahkan melahirkan pro dan kontra serta memunculkan perdebatan di dunia maya.

Khalayak yang dihadapi lebih beraneka ragam. Meningkatkan jumlah khalayak pendengar memperbesar kemungkinan kesalahan menafsirkan umpan balik, karena banyaknya reaksi pendengar yang harus diamati. Khalayak cenderung mempunyai penilai positif yang ditandai oleh peningkatan elektabilitas pasangan nomorurut 1 berdasarkan hasil survei pasca pencalonan dan pengumuman nomor urut. Pembicara telah membuat persiapan pidato yang lebih lengkap. Hal tersebut ditandai dengan kelengkapan teks pidato, intonasi, gaya, *attribute* yang digunakan dan artikulasi yang jelas. Realitas tersebut seakan menjelaskan bahwa Agus Yudhoyono seakan sudah berpengalaman dalam aktivitas politik. Persoalan adaptasi menjadi hal terpenting karena sebuah pesan yang disampaikan kepada public haruslah pesan yang bersifat umum bukan pesna utk golongan tertentu.

Analisis khalayak pendengar lebih sulit dan lebih tidak akurat karena pembicaraan berinteraksi secara serentak dengan jumlah orang yang banyak. Kadang-kadang sulit memusatkan perhatian terhadap pesan karena banyak situasi lain yang menarik perhatian publik. Kondisi ini terjadi karena ketidakpercayaan khalayak yang baru mengenai Agus Yudhoyono dan sebagian khalayak menghubungkan Agus Yudhoyono dengan Susilo Bambang Yudhoyono. Jumlah perubahan pesan dalam komunikasi publik bisa lebih banyak karena pesan sampai kepada lebih banyak orang dalam satuan waktu tertentu. Hal ini sangat mungkin terjad karena khalayak yang hendak dipengaruhi banyak dan beragam. Terutama perubahan pesandari komunikator politik ketika beradapan dengan pemilih pemula atau muda. Komunkator tentu berusaha menyesuaikan pesan dengan fenomena yang relevan dengan pemilih pemula dan anak muda.

Analisis berdasarkan teori Roderick P. Hart dengan konsep-konsep yaitu **pertama**, *scientifically demonstrable*; harfiahnya suatu tuturan harus bisa dibuktikan. secara ilmiah atau berdasarkan fakta. Pernyataan Agus_Yudhoyono :

“Saya Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni mengatakan siap untuk berkompetisi secara damai, tertib, dan demokratis.” Pernyataan ini membutuhkan pembuktian ke depannya dan sekaligus menjelaskan bahwa Dan *Alhamdulillah* pasangan kami dapat nomor satu. Nomor Ini baik insya Allah. Nomor urut berapa pun pada dasarnya adalah baik. Tergantung dari bagaimana masing-masing pasangan mengartikan. Namun saya yakin di luar sana banyak yang sudah mengutak-atik, setiap orang mulai memaknai dan menafsirkan arti nomor tersebut. Hal tersebut dianggapnya sebagai hal yang wajar sebagai bentuk perhatian publik.” Kita tetap dalam pola pandang dan rasional. Karena kita ingin kampanye yang menyenangkan, mencerahkan, dan mengedukasi. Kita ingin lihat Ibu Kota Indonesia membuat bangga. Karena dunia internasional menyoroti sebagai tolak ukur sebuah bangsa“.

Kalimat-kalimat tersebut menggambarkan rasional pernyataan-pernyataan yang mengandung *scientifically demonstrable*, pernyataan yang diucapkan sebagai sebuah pesan politik yang juga menjelaskan alasan-alasan mengenai pernyataan tersebut. Artinya pernyataan tersebut bukanlah pernyataan yang tanpa bukti, bukan sebuah

asumsi semata ataupun bentuk tuduhan yang tidak beralasan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pidato politik pasangan nomor urut 1 telah dibuat secara terencana dan memenuhi kaidah pembuatan pidato politik.

Kedua, *artistically creative*; terutama berasosiasi dengan pemanfaatan retorika secara particular, yakni dalam pengucapan seni. Dalam berbahasa sehari-hari tentu tidak perlu berbunga-bunga, yang penting jelas dan santun.

”seluruh pasangan calon gubernur tentunya menginginkan kampanye yang damai dan menyenangkan. menginginkan agar kampanye dapat berjalan dengan lancar dan bernilai pendidikan. Saya akhiri pidato malam mini dengan pantun."Jalan-jalan ke Pasar Baru, banyak orang senyum dan menyapa. *Alhamdulillah* dapat nomor satu, semoga sukses untuk Jakarta.”,

Kalimat-kalimat tersebut menunjukkan bahwa pasangan calon nomor urut 1 menggunakan kata-kata yang jelas dan santun. Pada dasarnya semua kata yang dan kalimat yang digunakan dalam pidato adalah kalimat yang santun, jelas, sekaligus tegas. Termasuk gaya penyampaian juga sangat santun dan menunjukkan percaya diri walau pada awal pidato masih ‘sedikit gugup atau berusaha menyesuaikan diri dengan konteks peristiwa yang dihadiri khalayak politik dan ditonton oleh masyarakat Jakarta dan Indonesia. Pantun yang digunakan untuk mengakhiri pidato menunjukkan bahwa Agus Yudhoyono bermaksud menunjukkan bahwa ingin dekat dengan masyarakat khususnya masyarakat dan budaya Betawi. Sekaligus ingin membentuk personal branding yang terbuka dan luwes atau tidak kaku terkait dengan latar belakang militer yang selama 16 tahun digeluti.

Ketiga, *philosophically reasonable*; memperhatikan moral dan etika dalam bertutur untuk membedakan baik dan buruk, manfaat dan mudarat, berkah dan mubazir.

“Kita sudah melewati tahap demi tahap persiapan kampanye Jakarta ini dengan damai, sehat dan demokratis. Dan *Alhamdulillah* pasangan kami dapat nomor satu. Nomor Ini baik insya Allah. Nomor urut berapa pun pada dasarnya adalah baik.”

Kalimat-kalimat ini menjelaskan bahwa pasangan Agus-Silviana mengharapkan proses kampanye atau pemilu gubernur DKI Jakarta 2017-2022 dilaksanakan atas dasar nilai-nilai kebaikan, perdamaian, sehat dan demokratis. Damai mengandung makna bahwa pemilukada Jakarta harus berjalan tanpa menimbulkan konflik dengan beragam bentuk kampanye negative dan kampanye hitam yang acapkali banyak muncul pada saat kampanye. Sehat mengandung makna agar kampanye khususnya dan proses pemilu belangsung tidak merugikan siapapun, menyehatkan bagi semua pasangan dan juga masyarakat Jakarta. Tidak boleh hanya menguntungkan salah satu pihak dan berlaku adil tidak adil kepada pasangan lainnya dengan berbagai alasan terutama karena berbeda dukungan politik. Demokratis bermakna bahwa pemilu ini adalah hak siapa saja yang sebagaimana dijamin oleh undang-undang, tidak memunculkan diskriminasi, tidak menakuti masyarakat untuk memilih pasangan tertentu dan merugikan pasangan lainnya. Ketiga pasangan mempunyai hak yang sama dalam proses kampanye dan pemilu Jakarta 2017.

Keempat, *socially concerned*; suatu retorika, apalagi yang terbuka untuk umum, haruslah bertemali dan bermanfaat memecahkan masalah orang banyak sehingga mensejahterakan kehidupan bersama lahir-batin.

“Tetapi yang penting adalah visi, misi, dan solusi. Juga komitmen dan ketulusan untuk memimpin Jakarta. Menuju Jakarta yang lebih baik lagi. Membuat Jakarta jadi rumah semua. Jakarta untuk rakyat,”

Kalimat-kalimat ini menjelaskan bahwa adanya keinginan dan harapan pasangan nomor urut 1 untuk menjadi bagian dan diterima oleh masyarakat Jakarta. Jakarta bagi Rakyat artinya Jakarta bagi semua tanpa terkecuali karena pada hakikatnya semua penduduk Jakarta apapun status sosial budaya dan politik mempunyai hak dan kewajiban sesuai dengan undang-undang. Namun disayangkan isi pidato ini tidak menegaskan Jakarta untuk rakyat seperti apa yang diinginkan dan akan dicapai jika pasangan ini terpilih. Tidak adanya penekanan cenderung memberi makna bahwa keinginan tersebut masih pada taraf jargon semata, namun disisi lain dapat dipahami bahwa ini adalah pidato yang singkat walau sebenarnya ini momen tersebut seharusnya dipergunakan oleh pasangan nomor urut 1 untuk menegaskan posisi, membentuk *personal branding* yang positif sehingga masyarakat khususnya yang selama ini kecewa dengan kebijakan pertahana atau pasangan nomor 2 yang dianggap cenderung mengabaikan masyarakat kecil.

Isi pidato, gaya, tata bahasa dan *performance* atau penampilan Agus Yudhoyono cukup mampu memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa walau tanpa pengalaman pemerintahan, yang bersangkutan sebagai komunikator politik mempunyai kemampuan berkomunikasi khususnya dalam pidato. Pidato politik telah disampaikan secara baik, santun dan menarik. Intonasi juga sangat tertata dengan memberikan penekanan-penekanan pada kalimat tertentu seperti siapa bersaing sebagai calon gubernur DKI Jakarta, menginginkan kampanye dan proses pemilu berlangsung damai, sehat dan demokratis serta bertujuan menjadikan Jakarta sebagai ruang bersama dengan tagline “Jakarta Untuk rakyat”. Berdasarkan hal tersebut, maka Agus Yudhoyono dapat dinyatakan mampu membentuk *personal branding* melalui pidato politik tersebut.

Sebagai kandidat yang masih baru di kancah politik maka nampaknya Agus Yudhoyono dan TIM sukses menyadari bentuk bagaimana membentuk *personal branding* sebagai komunikator politik dan harus dibangun secara cermat. Agus Yudhoyono sekaligus bertidak sebagai seorang *Public Relations* yang merupakan representasi dan kerap muncul di depan publik untuk menjelaskan ide, konsep, pikiran, program dan perilaku kepada khalayak. Oleh karena komunikator politik harus mempunyai citra diri yang baik untuk selanjutnya menjadi *personal branding* yang positif di mata masyarakat yang sedang dihadapi.

Komunikator Politik yang mempunyai Personal branding tidak dibangun dengan semena-mena namun berdasarkan atas nilai-nilai kehidupan yang melingkupi hidup anda dan seklaigus memiliki relevansi tinggi terhadap siapa sesungguhnya komunikator politika. Agus Yudhoyono dalam hal ini berusaha membentuk *Personal branding* merupakan merek “pribadi anda” yang diharapkan mampu tertanam di benak semua khalayak terutama khalayak pemilih dalam pemilu Jakarta 2017. Khalayak harus mengenal dan terbentuk dalam pikiran mereka dengan persepsi mereka siapa sebenarnya Agus Yudhoyono ; berkaitan siapa, layak atau tidak, dapat dipercaya atau tidak, *capable* atau tidak, dan lain sebagainya. Agus Yudhoyono dengan merek dagang “AHY” dapat menjelma menjadi *brand* yang positif

sehingga mampu bersaing dengan kandidat lain yang telah mempunyai pengalaman politik secara *significant*. Tentu saja pembentukan personal branding tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, melainkan membutuhkan proses yang cukup lama. Walau sebagai langkah awal pembentukan personal Agus Yudhoyono dinilai cukup berhasil.

Akhirnya berhasil tidaknya *personal branding* Agus Yudhoyono dan pasangan Silviana Murni sangat tergantung dari proses dan langkah selanjutnya termasuk konsistensi dan kesinambungan dengan perkataan dan perbuatan ke depannya selama menjelang pilkada pada bulan Februari 2017 mendatang. Setiap orang dapat menjadi komunikator, namun hanya sebagai kecil yang mempunyai kemampuan *Personal Branding*. *Personal branding* harus dibentuk dan membutuhkan proses yang serius dan terus menerus untuk membuat ‘merek seseorang’ diketahui, dikenal dan mempunyai reputasi yang positif, terlebih bagi ‘politisi pemula’ walau brand Agus Yudhoyono selama ini cukup terbantu sebagai anak mantan presiden RI Bambang Susilo Yudhoyono, militer yang berprestasi dan handal serta istri dari artis Anisa Pohan. Oleh karena itu pembentukan personal Branding Agus Yudhoyono harus secara serius dan kontinyu sehingga tertanam di benak khalayak bahwa yang bersangkutan layak dipercaya dan dipilih sebagai gubernur DKI Jakarta.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Komunikator politik harus mempunyai kemampuan retorika sehingga pidato politik yang disampaikan kepada khalayak agar pidato tertata rapi dan mampu membentuk personal branding.
2. Personal branding harus dibentuk oleh komunikator politik terlebih bagi kandidat politik yang baru seperti Agus Yudhoyono.
3. Personal branding merupakan identitas atau mereka yang mampu mempengaruhi persepsi public, diperlukan agar komunikator politik dipercaya mampu menjadi pemimpin mereka.

Saran

Diperlukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode yang berbeda dan bersifat komparasi atas teks pidato ketiga calon gubernur/wakil gubernur DKI Jakarta 2017-2022. Agus Yudhoyono harus melakukan pembentukan *personal branding* dengan serius dengan pembuatan teks-teks pidato yang menggugah dan menyakinkan masyarakat Jakarta bahwa sebagai komunikator politik atau calon gubernur yang layak dipilih dan mampu mengelola Jakarta. Waktu pembentukan personal branding yang disayangkan karena hanya melakukannya secara serius dalam jangka waktu 4 bulan lebih kurang, rentang waktu tersebut sebenarnya tidak terlalu menguntungkan bagi Agus Yudhoyono, namun jika diupayakan secara maksimal dan tidak ada isu negatif yang muncul kemungkinan besar akan mampu bersaing dengan para kandidat lainnya. Jika dilihat dari kemampuan berpidato, sudah memadai sebagai komunikator politik yang mumpuni.

DAFTAR PUSTAKA

- Public Speaking” karangan Helena Ollie (2008)
- Retorika Modern” karangan Jalaluddin Rakhmat (2011)
- (Janita, 2009: 4).
- Moleong, J. Lexy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosandy. (2004), *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo persada.
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sudikin, Basrowi.(2002),*Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*, Surabaya: Penerbit Insan Cendikia.
- Ardianto, Elvinaro, Drs. M.Si. dan Q-Anees, M.Ag. Bambang. 2010. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Aziz, Moh. Ali, 2004.*Ilmu Dakwah* , Jakarta: Prenada media
- Bungin, Burhan. 2004. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana
- Kriyantono, Rachmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta, : Kencana Prenada Media Group.
- Dalam Buku Teori Komunikasi, Morris dan Andy Corry (2009:44)
- Ambadar, 2007: 7-8).
- dalam Rangkuti, 2013: 3).
- McNally & Speak, 2002: 13).
- Morris dan Andy Corry (2009 :44)
- Modern Rhetorical Criticism*” (1977
- Tubbs dan Moss, 122
- McNair (2005)
- Rakhmat, 2011)

Sumber Jurnal :

- Hidayat, N. Dedy, 2005, Teori-teori Kritis dan Teori-Teori Ilmiah, <https://ashadisiregar.files.wordpress.com/.../microsoft-word-dedynurhidayat>
- Hamad, Ibnu. (2005),*Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi Thesis*, Departemen Ilmu Komunikasi, Jakarta:Fisip UI, Vol. IV

Pilkada Liputan6.com-25 Oct 2016 dan Coutecy Youtube, diaksen 5 November 2016, pukul 20.23 -20.45 WIB.

SINDOnews.com (Siaran Pers)-25 Oct 2016, diakses Jumat, 4 november 2016 pukul 11.57 WIB

Okezone-1 Nov 2016, Pidato Agus Yudhoyono Memukau, Pengamat: Buah Jatuh Tak Jauh dari Pohonnya, **4 november 2016 pukul 12.00 WIB**

PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT BADUY DALAM PEMILIHAN UMUM

(Studi Fenomenologi Partisipasi Politik Masyarakat Baduy pada Pemilu 2014)

Faisal Tomi Saputra

Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

Jl. Maulana Yusuf No.10, Babakan Kota Tangerang, Banten

tomi.saputra@gmail.com

ABSTRAK

Keragaman budaya di Indonesia menimbulkan perbedaan dalam masyarakat termasuk partisipasi politik, dengan dilaksanakannya pemilihan umum sebagai metode dalam memilih pemimpin di Indonesia. Akan tetapi, hal tersebut tidak diikuti oleh sebagian masyarakat adat yang memegang teguh prinsip warisan leluhur, seperti masyarakat Baduy yang memegang teguh adat Pikukuh Karuhun. Mereka menerapkan sikap Lunang (Milu Kanu Meunang) atau ikut pada yang menang, yang dianggap pemerintah sebagai salah satu bentuk golput. Artikel ini membahas tentang partisipasi politik masyarakat Baduy dalam Pemilu. Bagaimana partisipasi politik masyarakat Baduy dalam Pemilihan Umum dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dorongan/ pengurangan kegiatan politik mereka. Melalui konsep partisipasi politik dan strategi fenomenologi, penelitian ini berhasil mendeskripsikan bahwa masyarakat Baduy memandang Pemilu sebagai kewajiban mematuhi aturan negara yang dilegitimasi oleh lembaga adat Baduy. Pemilihan Umum dipandang sebagai kewajiban dalam memenuhi aturan dalam struktur negara. Meskipun dalam situasi dan kondisi tertentu struktur adat memiliki kekuasaan untuk melarang masyarakatnya untuk mengikuti pemilu. Hal ini menunjukkan bahwa, kekuasaan struktur adat lebih dominan daripada struktur negara berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti, sistem kepercayaan, motif dalam partisipasi politik dan konsekuensi (dampak negatif) yang mempengaruhi dorongan kegiatan politik yang cenderung berkurang karena kebutuhan fisiologis dan aturan adat dalam waktu-waktu tertentu.

Kata kunci: Partisipasi Politik; Pemilu; Baduy;

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang tengah membangun demokrasi. Salah satu ciri negara demokrasi ialah menyelenggarakan Pemilihan Umum. Oleh karena itu, penyelenggaraan pemilihan umum yang baik diindikasikan dengan keterlibatan atau partisipasi politik masyarakat menjadi tolak ukur pelaksanaan demokrasi di suatu negara. Indonesia telah menyelenggarakan pemilihan umum sejak tahun 1955 hingga tahun 2014 untuk memilih anggota legislatif dan pemilihan presiden dan wakil presiden langsung.

Keberhasilan dalam pemilu sangat ditentukan oleh partisipasi masyarakat Indonesia seluruhnya, termasuk suku-suku atau komunitas tradisional seperti suku Baduy dan sebagainya. Secara harfiah partisipasi berarti keikutsertaan. Dalam konteks politik, hal ini mengacu pada keikutsertaan warga dalam berbagai proses politik. Salah satu bentuk partisipasi politik adalah menggunakan hak pilih dalam pemilu (Lihat BAPENAS, Indeks Demokrasi Indonesia, 2010). Keterlibatan Komunitas Baduy dalam kegiatan pesta demokrasi (pemilu) mengalami pasang surut disesuaikan dengan situasi dan kondisi serta kebutuhan dan pertimbangan adat. Menurut catatan yang ada dan resmi dari pemerintahan Desa Kanekes, masyarakat Baduy telah empat kali mengikuti kegiatan tersebut. Pertama pada saat pemerintahan Orde baru tahun 1986, kemudian pada tahun 2004 saat pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Tahun 2008 Pilkada Provinsi dan Kabupaten dan Pemilu legislatif yang diselenggarakan tahun 2009.

Gejala tersebut dapat dijelaskan dengan teori kebutuhan yang menjadi dorongan bagi mereka untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan politik. Maslow (1954) membuat hierarki 5 (lima) kebutuhan manusia, yaitu : 1). Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*), seperti: sandang, pangan dan lain-lain. 2) Kebutuhan Keamanan (*Safety Needs*), merupakan jaminan, perlindungan, dan kebebasan dari bahaya dan ancaman; 3). Kebutuhan Sosial (*Social Needs*), merupakan kebutuhan seperti kasih sayang serta merasa diterima (acceptance) di lingkungan sekitarnya; 4) Kebutuhan Kepercayaan Diri (*Esteem Needs*), merupakan kebutuhan akan status, pengakuan, dan rasa hormat; 5) Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self-actualization needs*), merupakan kebutuhan untuk pengembangan diri sendiri sebagai manusia. Ini merupakan kebutuhan yang paling abstrak dan berada pada level tertinggi dari hirarki.

Pemilihan Umum 2014 diikuti sekitar 186,5 juta pemilih di seluruh Indonesia⁴¹. Namun apakah mereka pasti akan menggunakan hak pilihnya? Bila berkaca dari Pemilu-Pemilu sebelumnya, tren sikap untuk tidak menggunakan hak pilih atau yang sering disebut golongan putih (golput) justru meningkat. Persentase golput terus meningkat sejak era reformasi, dari sebesar 6,4 persen yang tercatat pada Pemilu Legislatif (Pileg) 1999, hingga mencapai 29,1 persen pada Pileg 2009 (Arianto, 2011: 51-52).

Fenomena golput di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu kelompok golput awam dan kelompok golput pilihan. Kelompok golput awam adalah mereka yang tidak mempergunakan hak pilihnya bukan karena alasan politik, tetapi karena alasan ekonomi, kesibukan dan sebagainya. Sedangkan kelompok golput pilihan adalah mereka yang tidak bersedia menggunakan hak pilihnya dalam Pemilu karena alasan politik. Kemampuan analisis politik mereka jauh lebih tinggi dibandingkan golput awam, baik secara deskripsi maupun evaluasi (Novel Ali dalam Arianto, 2011: 54).

Berbeda dengan tren golput secara nasional, jumlah pemilih tetap pada masyarakat Baduy meningkat dari tahun 2013 ke 2014 sebanyak 140 pemilih. Ketika pemungutan suara ulang pilkada Lebak pada tanggal 14 November 2013, jumlah pemilih di desa Kanekes sebanyak 7.296 pemilih yang tersebar pada 13 tempat pemungutan suara (TPS). Berdasarkan DPT untuk pileg 2014 yang telah ditetapkan Komisi Pemilihan Umum (KPU), jumlah pemilih di desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar sebanyak 7.436 dalam 15 TPS.⁴²

⁴¹ <http://data.kpu.go.id/dpt.php>, diakses pada tanggal 27 Februari 2014 pukul 21.54 WIB

⁴² <http://data.kpu.go.id/dpt.php>, diakses pada tanggal 28 Februari 2014 pukul 08.42 WIB

Faktor budaya menyebabkan seseorang atau kelompok untuk menjadi golput. Beberapa aturan adat di Indonesia kerap berbenturan dengan aturan-aturan negara termasuk aturan Pemilu. Seperti yang terjadi pada suku Baduy, Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Banten. Sejak tahun 1986, masyarakat Baduy memilih untuk tidak menggunakan hak suaranya, mereka lebih memilih diam dengan istilah “*Lunang (milu kanu meunang)*”, yang berarti “*ikut pada yang menang*”. Serta prinsip “*ngasuh ratu, ngayak menak*”, yang artinya masyarakat Baduy harus menaati dan patuh kepada adat negara (Kurnia, 2010: 279-282).

Posisi masyarakat Baduy sebagai masyarakat adat sekaligus warga negara, mempengaruhi partisipasi politik dalam aturan negara. Bagi masyarakat Baduy, partisipasi politik di dalam Pemilu boleh jadi bukanlah suatu kewajiban bagi mereka, karena mereka memiliki tata aturan sendiri mengenai sistem kepemimpinan dan pemerintahan (Kurnia, 2010: 95). Masyarakat Baduy meyakini *sunda wiwitan* dan mengaku keturunan pertama dari Adam Tunggal dengan menerima amanat leluhur (*pikukuh karuhun*). Prinsip dasar pemilihan pemimpin adat di Baduy adalah “Pemimpin tidak pernah mencalonkan dirinya untuk dipilih menjadi pemimpin, tetapi pemimpin/ calon pemimpin dicari dan diseleksi oleh para tokoh adat dengan kriteria dan syarat secara lahiriah sesuai dengan ketentuan yang ada, kemudian dibawa ke forum musyawarah lembaga adat untuk diputuskan berdasarkan kesepakatan dengan pertimbangan Batiniah” (Kurnia, 2010 : 120). Jadi, untuk masyarakat Baduy, secara konsep filosofi hidupnya tidak dikenal pemilihan umum multi partai, tetapi jelas ada dan berlaku adalah *monojustment* (satu kesepakatan yaitu kesepakatan hasil Musyawarah Lembaga Adat).

Masyarakat Baduy sudah memiliki tata cara baku dalam hal memilih seorang pemimpin dan tata cara pemilihan pemimpin itu sudah teruji kebermanfaatannya sejak beratus-ratus tahun lalu sehingga kita bisa melihat kesukuan mereka begitu solid, kompak dalam mempertahankan eksistensi kesukuannya walau zaman terus berubah, dan tantangan yang begitu deras. Pepatah mengatakan : “Cocok buat kita belum tentu cocok buat orang lain, baik buat kita belum tentu baik buat orang lain.” Hal itulah yang melandasi masyarakat Baduy untuk senantiasa tetap patuh pada aturan adat.

Dalam konsep partisipasi politik Dan Nimmo, dimensi partisipasi politik terdiri atas gaya partisipasi, motif partisipasi dan konsekuensi partisipasi, tipe partisipasi rakyat yang dipublikasikan dan diteliti paling luas ialah pengambilan bagian dalam pemilihan umum dengan memberikan suara. Hal itu menjadi pertimbangan besar bagi masyarakat Baduy, dimana aturan negara yang menghendaki partisipasi politik yang tinggi dalam pemilihan umum sedangkan aturan adat bertolak belakang dengan aturan negara. Kondisi tersebut telah menghantarkan peneliti untuk berusaha mencari jawaban atas pertanyaan mengenai bagaimana partisipasi politik masyarakat Baduy dalam Pemilihan Umum dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dorongan/ pengurangan kegiatan politik mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan strategi fenomenologi untuk memperoleh refleksi fenomena Pemilu beserta partisipasinya secara sistematis, logis, dan

koheren dengan membawa analisis yang dibutuhkan untuk menghadirkan esensi atas pengalaman masyarakat Baduy dalam mengikuti Pemilu. Fenomenologi menitikberatkan pada ide dan esensi yang tak terbantahkan dari dunia alamiah atau realitas, sehingga, dibutuhkan pendekatan terhadap aktualitas dan potensialitas yang mengatur kehidupan subyek penelitian (Moustakas, 1994:47).

Pengumpulan data dilakukan pada bulan Mei 2014 di tiga dusun yang berada di Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Data didapatkan melalui wawancara mendalam terhadap 3 (tiga) orang warga yang terdiri dari Kepala Desa Kanekes (sekaligus merangkap *Jaro Pamarentah*) sebagai Subyek 1, Pangiwa Desa Kanekes sebagai Subyek 2, dan warga Baduy Luar sebagai Subyek 3. Selain itu juga peneliti melakukan studi kepustakaan dan observasi terhadap lingkungan dan aktivitas subyek penelitian.

Data dianalisa menggunakan analisis tematik yang dipadukan dengan metode fenomenologi dengan menekankan pada individual *textual description* dan *structural description*. *Textual description* didapatkan dengan menganalisa transkrip wawancara yang telah dilakukan, sementara *struktural description* dilakukan dengan menganalisa konteks dari catatan *setting* dan catatan lapangan yang didapatkan ketika observasi berlangsung (Moustakas, 1994: 133-135). Tema yang dijadikan kategorisasi dalam analisa data mengambil dari temuan di lapangan berkaitan dengan partisipasi politik di tengah masyarakat Baduy. Otentisitas dipenuhi dengan melakukan triangulasi sumber data pada ketiga subyek penelitian, hasil studi kepustakaan serta hasil observasi yang didapatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Baduy merupakan suku etnis di Indonesia yang terletak di Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak Propinsi Banten. Sering disebut orang Kanekes atau *Rawayan* nama kampung (wilayah) yang di tempati. Baduy merupakan salah satu suku yang unik dari sistem adat, cara berpakaian, tata bangunan rumah, bahasa, kepercayaan dan kewajiban sebagai warga negara. Istilah kata Baduy diduga berasal dari kata "Badawi" yakni julukan bagi orang yang berpindah-pindah (nomaden) di Jazirah Arab. Hal ini didasarkan pada kesamaan perilaku orang Baduy dalam kehidupan sehari-hari yang sibuk beraktivitas darisatu tempat ketempat lain untuk berladang (Kurnia, 2010:16).

Dalam buku *De Badoej's* karya Jul Jacobs yang dialihbahasakan oleh Judistira K. Garna dan Salam Hardjadilaga, menyimpulkan bahwa orang Baduy adalah orang-orang yang karena serbuan Islam di Jawa Barat pimpinan Sultan Hasanuddin pada awal abad ke-16, menyingkir ke rimba raya yang menutupi pegunungan daerah Banten dan tetap setia pada kepercayaannya (Garna, 2012:7). Akan tetapi, tokoh adat baduy menolak pandangan bahwa mereka adalah masyarakat pelarian dari Kesultanan Banten yang didesak oleh Sultan Hasanuddin dalam Penyiaran Islam dan pergi ke arah selatan (menetap di wilayah Kanekes sekarang). Menurut Ayah Mursid (dalam Kurnia, 2010:23) masyarakat Baduy adalah masyarakat keturunan yang diberi tugas dari Adam Tunggal sebagai utusan dari sang pencipta untuk meneguhkan *wiwitan* (kepercayaan adat) sesuai dengan musyawarah awal waktu menciptakan alam semesta.

Baduy bukanlah suku terasing tapi sengaja "mengasingkan diri" dari kehidupan dunia luar (menghindari modernisasi) menjaga nilai-nilai leluhur (Kurnia, 2010:8). Kepatuhan masyarakat Baduy melaksanakan amanat leluhur (*pikukuh karuhun*) sangat kuat, ketat dan tegas, meski tetap bijaksana dan visioner yang melekat pada filosofi hidup masyarakat Baduy.

Sejak dahulu Baduy sudah mempersiapkan menjadi dua kelompok kesukuan, yaitu Baduy Dalam dan Baduy Luar walaupun tetap dalam satu kesatuan utuh Baduy. Perbedaannya terletak pada perangkat hukum adatnya, Baduy Dalam lebih dipersiapkan pada contoh Baduy asli masa lalu yang perlu dilindungi dan dipertahankan keutuhannya dari berbagai kemungkinan pihak yang ingin mengubah tradisi, amanat atau *pikukuh karuhun* mereka. Sehingga cara dan dimana leluhur mereka menempatkan perkampungan Baduy Dalam dan perangkat hukum adatnya pun sudah dirancang secara cerdas dan paripurna. Lain halnya dengan Baduy Luar yang pada pelaksanaan kehidupan sehari-harinya diberikan kebijakan atau kelonggaran oleh hukum adat itu sendiri. (Kurnia, 2010: 229-230)

Susunan masyarakat Baduy merupakan suatu susunan *patrilineal*. Aturan dan pelaksanaannya sangat sederhana dan keras seperti bangsa sparta. Ketua kerohanian berada pada *Pu'un* masing-masing yang meliputi Cibeo, Cikeusik dan Cikartawana. *Pu'un* Cikeusik dianggap yang terpenting, karena diyakini sebagai keturunan langsung dari Batara Tunggal, kemudian *Pu'un* Cikartawana dan *Pu'un* Cibeo yang merupakan garis wanita dari Batara Tunggal. (Garna, 2012:38)

Menurut Dan Nimmo (2010) juru bicara kelompok terorganisasi dan pemuka pendapat memainkan peran yang lebih aktif dalam komunikasi politik dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya. Para pemimpin politik memobilisasikan partisipan untuk mendukung untuk menentukan kebijakan dan tujuan yang diusulkan. Maka, perangkat kedua dari partisipan ini terdiri atas orang-orang yang tidak hanya menaruh minat atentif, tetapi juga dimobilisasi. Dimensi partisipasi politik pada peran seseorang dalam politik yang dipaparkan Nimmo (2010:127) mencakup tiga jenis :

a. Gaya Partisipasi

Gaya partisipasi politik yang pertama mengacu pada apa dan bagaimana partisipan itu melakukan kegiatan politik. Dimensi ini menggambarkan tentang bagaimana masyarakat melibatkan diri secara aktual dan hubungannya dengan figur politik secara langsung (tatap muka) ataupun wakilan (tidak langsung) melalui media. Pada aspek ini, masyarakat Baduy lebih menanggapi hubungan dengan figur politik secara langsung, kampanye yang dilakukan oleh tokoh politik harus mendatangi langsung di setiap rumah warga, dengan menggunakan media (alat peraga) kampanye berupa gambar pada *stiker*, masyarakat Baduy diminta untuk menghafal wajah, nama dan nomor urut calon legislatif tersebut.

Kedua, ialah kentara atau tidak kentara dalam mendukung opini dari pemuka pendapat (komunikator politik) yang mempengaruhi khalayak. Dari sosialisasi yang dilakukan komunikator politik, masyarakat Baduy cenderung pasif menanggapi. Hal itu disebabkan karena ada faktor perbedaan budaya yang diajarkan oleh struktur adat yang kontradiktif

dengan sistem yang berlaku di struktur negara sehingga –meskipun salah seorang masyarakat mendukung opini salah satu calon- tetapi mereka memilih diam untuk tidak mendukung secara terang-terangan.

Ketiga, gaya partisipasi yang individual atau kolektif menjadi salah satu faktor yang menentukan partisipasi politik masyarakat di suatu wilayah. Partisipasi politik yang ditunjukkan masyarakat Baduy cenderung individual, meski dibolehkan oleh struktur adat – khususnya- yang tinggal di Baduy Luar akan tetapi kampanye terbuka tidak diperbolehkan di Baduy. Karena pelarangan bentuk kampanye terbuka ini, maka bentuk kampanye yang lebih disukai warga adalah yang lebih bersifat interpersonal, seperti memberikan bukti nyata, menjalin kedekatan, diskusi secara langsung, silaturahmi, merokok dan minum kopi bersama sambil membeberkan visi misi.

Keempat, individu masyarakat memilih berpartisipasi dalam politik secara sistematis/ acak dalam kegiatan politik yang diikutinya. Masyarakat Baduy cenderung tersistematis tergantung arahan dari lembaga adat, yang membolehkan masyarakat Baduy luar memberikan partisipasi politiknya dalam pemilu meskipun *Pu'un* sebagai perangkat adat tertinggi tidak membolehkan masyarakat Baduy Dalam ikut berpartisipasi.

Kelima, terbuka/tersembunyi mengungkapkan opini publik, warga Baduy yang patuh pada aturan adat cenderung tersembunyi dalam mengungkapkan opini publik yang berasal dari luar komunitas adat mereka. *Keenam*, berkomitmen/tak berkomitmen dalam intensitas partisipasi politiknya berkaitan dengan tujuan dan kebijakan dari kandidat yang akan dipilih, sulit menilai komitmen untuk masyarakat Baduy yang berpartisipasi dalam kegiatan politik, hal itu disebabkan karena aturan adat yang cenderung kooptatif untuk tidak membuat hal-hal yang bisa membawa mereka melanggar aturan adat. *Ketujuh*, keterlibatan kahalayak dalam partisipasi politik yang menimbulkan derita/ kesenangan dalam mengikutinya berkaitan dengan dampak yang nanti akan dialaminya bagi individu, keluarga maupun masyarakat baduy secara keseluruhan.

b. Motif Partisipasi

Dalam konteks politik, keikutsertaan warga dalam berbagai proses politik salah satu bentuk partisipasi politik adalah menggunakan hak pilihnya dalam Pemilu. Dimensi motif partisipasi merupakan salah satu perangkat faktor yang meliputi sengaja/tak sengaja (individu) masyarakat berpartisipasi dalam politik. Rasional/emosional motif yang melatar belaknginya dalam berpartisipasi. Apakah merupakan kebutuhan psikologis secara individu ataukah motif sosial dalam masyarakat yang menuntunya ikut berpartisipasi dalam politik. Diarahkan dari dalam/ luar pribadi dalam mengikuti kegiatan (partisipasi) politik. Berpikir/tidak berpikir dalam aktivitas partisipasi yang dilakukannya.

Gejala peningkatan partisipasi politik masyarakat Baduy merupakan dorongan kebutuhan untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan politik. Kebutuhan menurut Abraham H. Maslow meliputi: (1) Kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), seperti: sandang, pangan dan lain-lain; (2) Kebutuhan keamanan (*safety needs*); (3) Kebutuhan sosial (*social needs*);

(4) Kebutuhan kepercayaan diri (*esteem needs*); dan (5) Kebutuhan aktualisasi diri (*self-actualization needs*).

Motivasi untuk memenuhi kebutuhan fisiologis (Maslow, 1954) telah mengalahkan motivasi lainnya, termasuk menghadiri kegiatan sosialisasi Pemilu yang diadakan KPUD. Subyek 3 lebih memilih bekerja ke kebun, dan Subyek 2 lebih memilih memenuhi kebutuhan kayu bakar, menyadap aren, dan memasak tuak. Oleh karena itu, menurut Subyek 1 isu tentang kesejahteraan ekonomi (seperti pertanian dan perdagangan) dan kesehatan, menjadi isu yang menarik dalam kampanye politik. Hal ini juga konsisten dengan harapannya kepada pemimpin terpilih selanjutnya.

Tidak hanya kebutuhan fisiologis, warga juga memotivasi dirinya untuk mencapai kebutuhan kepercayaan diri dan aktualisasi diri (Maslow, 1954). Dengan segala keberhasilan yang dicapainya sebagai Kepala Desa Kanekes dan *Jaro Pamarentah*, Subyek 1 berusaha mendapatkan pengakuan, status, dan rasa hormat dari warga yang tujuan akhirnya adalah mendapatkan kepercayaan warga. Ia juga menyadari betapa pentingnya pendidikan sebagai bentuk pengembangan warga agar menjadi lebih baik. Di sini terlihat jelas bahwa warga tidak hanya memenuhi kebutuhan yang paling dasar dalam teori kebutuhan Maslow saja, tetapi tetap berusaha mencapai hirarki kebutuhan Maslow yang paling atas.

Masyarakat Baduy Luar dalam menjalankan aktivitas kesehariannya diberikan kebebasan. Mereka secara mandiri memenuhi kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Motivasi memenuhi kebutuhan ini rupanya lebih diutamakan ketimbang mengikuti acara sosialisasi atau Pemilu itu sendiri. Beberapa warga lebih memilih bekerja di kebun atau ladang yang jarak tempuhnya hingga 2 jam dari TPS yang terletak di tengah kampung, pemenuhan kebutuhan fisiologis mengalahkan motivasi untuk hadir di acara sosialisasi dari KPUD. Motivasi memenuhi kebutuhan fisiologis ini telah menjadi faktor utama dalam aktivitas keseharian warga Baduy Luar. Selain kebutuhan fisiologis, terdapat juga motivasi untuk mendapatkan status, pengakuan, dan rasa hormat.

c. Konsekuensi Partisipasi

Konsekuensi partisipasi yang ditimbulkan meliputi aspek fungsional/disfungsional, sinambung/ terputus dan mendukung/menuntut dalam kaitannya dengan tujuan kebijakan politik yang diinginkan oleh khalayak terhadap komunikator politik. Warga Baduy Luar menganut nilai kesederhanaan dalam perilaku dan tindakan kesehariannya. Dalam setiap tindakannya, warga tidak diperkenankan untuk hidup berlebih-lebihan. Seperti pada pemenuhan kebutuhan fisiologisnya, mereka hanya bekerja untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan, dan papan secukupnya, tidak lebih. Begitu juga pada pendidikan, warga tidak diperkenankan menuntut ilmu secara berlebihan. Kemampuan baca, tulis, dan hitung dianggap sudah cukup bagi warga. Oleh karena itu aturan adat melarang berdirinya sekolah di Baduy Luar.

Kekhawatiran masyarakat Baduy tentang dampak buruk proses pemilu dan kebebasan memilih calon/partai yang berpotensi memecah belah persatuan masyarakat karena berbeda

pilihan. Sedangkan amanat leluhur harus menjaga kerukunan dan keutuhan antar masyarakat. Alasan-alasan lain mengapa masyarakat Baduy tidak mengikuti Pemilu secara terus menerus ialah karena kegiatan sehari-hari sudah berjalan dengan penanggalan-penanggalah yang ditetapkan adat. Kedua, banyak larangan-larangan adat disebut *buyut*, pantang dan *pamali*. Kemudian kondisi alam dan pemukiman yang berbeda serta faktor-faktor lain yang sama-sama penting. (Kurnia, 2010:287)

Dalam kegiatan Pemilihan Umum masyarakat Baduy selalu menyesuaikan kondisi serta kebutuhan dan pertimbangan adat. Masyarakat Baduy telah mengikuti pemilihan umum sebelum 2014 sebanyak empat kali yakni di tahun 1986, pilpres 2004, pilkada provinsi 2008 dan pileg 2009. Dari tahun 1986 ke belakang masyarakat Baduy tidak mau menggunakan hak suaranya, mereka lebih memperhatikan dan memilih diam dengan istilah *Lunang (milu kanu meunang)* artinya ikut pada yang menang. (Kurnia, 2010:279)

Partisipasi dalam Pemilihan Umum

Menurut Nimmo tipe partisipasi rakyat yang dipublikasikan dan diteliti paling luas ialah pengambilan bagian dalam pemilihan umum dengan memberikan suara. Namun terdapat berbagai kemungkinan tindakan pemilihan itu dari yang paling mudah hingga yang paling sulit dalam penggunaan waktu, uang dan energi (Nimmo, 2010: 132). *Pertama*, identifikasi dengan partai politik yakni ikatan erat kepada partai politik utama yang satu atau yang lain. *Kedua*, pendaftaran untuk memilih, meliputi syarat-syarat seseorang memiliki hak dalam pemilihan umum, seperti usia, domisili, dll. *Ketiga*, pemberian suara dalam pemilihan umum meliputi tingkat partisipasi khalayak dalam mengikuti pemilu. *Keempat*, pengambilan bagian dalam kampanye, apakah khalayak dalam satu komunitas tersebut secara aktif mengambil bagian dalam proses kampanye (Nimmo, 2010: 134).

Dalam kegiatan Pileg 2014, masyarakat Baduy -menurut Subyek 1- warga Baduy sudah mengikuti Pemilu sejak 1996, 1998, 1999, 2004, dan 2008. Lembaga adat mendorong warganya untuk menggunakan hak suaranya dan mengutus seseorang untuk bertanya langsung ke pihak-pihak yang terkait Pemilu seperti KPU dan PPK. Hal ini menunjukkan rasa antusias masyarakat Baduy Luar antusias untuk terlibat aktif dalam kegiatan pemilihan umum. Misalnya, warga Baduy Luar mengikuti simulasi pemungutan suara yang diadakan oleh pemerintah Desa Kanekes. Sementara itu, masyarakat Baduy Dalam tidak mengikuti kegiatan simulasi tersebut, mereka hanya menyaksikan saja.

Menjelang Pemilu, *Jaro Pamarentah* dan tokoh adat/masyarakat bersama Pemerintah Desa dan RT/RW mengajak, menjelaskan, dan mengundang warga sesuai DPT (Daftar Pemilih Tetap) dalam rapat-rapat dengan mengumpulkan semua warga kampung. Kemudian kepala keluarga mensosialisasikan informasi dari rapat RT/RW kepada anaknya. Pembentukan PPS dan PPK kemudian menjelaskan visi PPS (Panitia Pemungutan Suara) dan PPK (Panitia Pengawas Kecamatan) kepada warga dan Desa juga menjelaskan tanggungjawabnya untuk menyukseskan Pemilu. Sebelumnya Kecamatan dan Desa telah mendata DPT. Sementara itu, calon anggota legislatif (caleg) masuk ke dusun-dusun membawa gambar dirinya dan menjelaskan bagaimana cara memilih dirinya. Peran lembaga adat menekankan kebebasan dalam memilih dan ketidakberpihakan. Larangan untuk ikut

dalam pemilihan umum tidak terlalu menonjol. Yang penting adalah terciptanya lingkungan lestari dan aman.

“Tidak ada. Pernah di sini saya, terus terang di partai politik jangan masuk kampanye secara terbuka pada sekarang karena desa adat. Kalau calon silahkan silaturahmi, perorangan. Ga gerak-gerakan halo halo hidup Golkar!, hidup Golkar!, hidup Golkar!. Gak boleh gitu. Karena nanti bisa masyarakat itu, yah misalkeun dukungan kah caleg PDI datang caleg Golkar diledek akhirnya jadi ribut gitu. Jangan ke Baduy mah itu. Caleg silahkan secara silaturahmi, ngopi-ngopi, sambil membeberkan visi misi silahkan, biar dikenal kan gitu. Jangan kucing di jero karung kan hehe (tertawa). Yah menurut saya itu kami itu secara, karena kami itu namanya pemerintah, undang-undang, karena dipilihnya pemimpin itu oleh masyarakat secara langsung jadi diwajibkan gitu menurut kami. Karena satu warga negara wajib memilih secara pemimpin”. (Hasil Wawancara)

Jajaran RT/RW bersama tokoh masyarakat dan ketua kampung menjelaskan kewajiban memilih pada pemilihan umum. Petugas ini lebih pada level teknis menulis, warga datang ke TPS dan memilih secara benar Petugas pedamping dirasa memiliki manfaat untuk mengurangi surat suara tidak sah (blanko). Namun, petugas pedamping ini sering dicurigai netralitasnya untuk mengarahkan ke salah satu partai tertentu.

“Sebetulnya, sebenarnya ada petugas khusus masalah itu, mendampingi istilahnya Pemilu. Tapi jangan jangan ditekankan ke salah satu calon, harus netral. Sebetulnya, gak terlalu banyak blanko kalau begitu. Ya , takut mengarahkan ke salah partai tertentu.” (Hasil Wawancara)

Struktur adat dalam masyarakat Baduy berperan untuk melakukan pengontrolan terhadap anggota masyarakatnya agar selalu menaati ”*Pikukuh Karuhun*”. Lembaga adat harus konsisten menjalankan fungsinya, agar warga masyarakat tetap teguh menjalankan tata aturan hidup. Jaro Dainah menuturkan bahwa dirinya sebagai Kepala Desa merasa wajib untuk menjalankan perintah KPUD sebagai bentuk kepatuhannya dengan peraturan negara. Institusi negara juga mempunyai struktur tersendiri yang memiliki garis hirarki hingga ke level desa. Sehingga beragam tata aturan dari pemerintah pusat itupun harus disosialisasikan hingga ke level desa.

“Ehm.. Jadi kami itu melaksanakan rapat-rapat di desa, di RT RW nya, sama tokoh-tokoh adatnya, itu udah mengajak dan menjelaskan bahwa semuanya orang ada di Republik Indonesia itu harus menggunakan suara, pilihan aspirasi-aspirasi, menentukan sebagai caleg, siapa yang hak dipilih, siapa yang tidak hak dipilih. Kan gitu.” (Hasil Wawancara)

Sementara itu, dari sisi masyarakat desa sendiri pun merasa wajib menaati apa yang dikatakan Jaro Dainah. Karena dalam struktur lembaga adat, Jaro Dainah menjabat sebagai *Jaro Pamarentah*. Sehingga beragam sosialisasi yang dilakukan oleh institusi negara, juga memiliki sifat wajib untuk ditaati sebagai bagian dari ketaatan terhadap adat.

Terkait dengan konteks Pemilu, masyarakat Baduy, terbagi menjadi 2 (dua) struktur yang mempengaruhi perilaku mereka. Struktur pertama adalah aturan adat atau amanat leluhur '*Pikukuh Karuhun*' yang dipegang teguh warga Baduy Luar. Sedangkan struktur

kedua adalah peraturan perundang-undangan yang terkait dengan Pemilu beserta peraturan turunannya, yang mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD. Struktur adat dilegitimasi oleh lembaga adat yang dipimpin oleh *Pu'un*, beserta Jaro sebagai jajarannya, dan Pangiwa sebagai ujung tombak ke masyarakat. Sementara struktur peraturan Pemilu dilegitimasi oleh KPU, KPUD, dan PPS beserta aparat pemerintahan Desa.

Subyek 1 memberikan deskripsi bahwa negara membuat aturan melalui Undang-Undang, sedangkan lembaga adat melegitimasi melalui aturan adat, seperti: tidak memaksa warga Baduy untuk menggunakan hak suaranya (kembali ke masing-masing individu); tidak ada sanksi bagi yang tidak memilih; lembaga adat tidak berpihak pada caleg/parpol manapun, lembaga adat juga memilih; Tidak boleh ada penempatan TPS di Baduy Dalam, 15 TPS tersebut hanya boleh di Baduy Luar, jika warga Baduy Dalam yang ingin menyoblos maka tinggal menuju ke TPS yang terdekat di Baduy Luar; melarang kampanye terbuka dengan karena dapat memicu perpecahan; Puun tidak membolehkan masyarakat Baduy Dalam mengikuti Pemilu.

Kekuasaan ahli berupa kemampuan dalam mendesak pengaruhnya kepada warga Baduy lain berdasarkan pengetahuan dan keahlian yang dimilikinya. *Pu'un* dipercaya oleh warga Baduy memiliki ilmu kebatinan, wangsit, ataupun kharisma yang dapat dipergunakan untuk memberikan keputusan, wejangan, dan ramalan kepada warga. Dan beragam konstruksi yang dikeluarkan oleh *Pu'un* wajib untuk ditaati. Kemudian kekuasaan legitimasi merupakan kemampuan untuk mendesak pengaruhnya karena posisi atau jabatan sosialnya, yaitu *Pu'un* dan tokoh-tokoh adat, serta pemerintah (Desa, Kecamatan, Kabupaten, Provinsi).

Bentuk kepercayaan dan kesederhanaan ini merefleksikan nilai kejujuran yang ada di warga Baduy Luar. Warga Baduy Luar memandang penting nilai kejujuran karena dapat menggambarkan nilai kesederhanaan dan kepercayaan antar sesama warga. Subyek 2 mengkonstruksi nilai kejujuran sebagai bentuk perjanjian antara warga dengan Tuhan. Sehingga kejujuran ini erat kaitannya dengan aspek metafisik yang nantinya akan dilegitimasi oleh institusi adat melalui sanksi dan aturan adat. Nilai-nilai tersebut dapat juga terlihat pada *Lunang*. Perannya sangat penting dalam menjaga kerukunan di Baduy. Meskipun bukan prinsip adat, tetapi *Lunang* telah banyak mengajarkan penerapan demokrasi yang sesungguhnya. *Lunang* bukan golput, justru mengharuskan untuk tetap memilih, siap menerima kekalahan dan tidak mendendam, serta mematuhi yang menang. Tidak hanya berlaku untuk urusan adat seperti pemilihan *Pu'un*, tetapi *Lunang* juga sering diterapkan pada urusan negara, seperti Pemilu. Warga yang tidak memilih juga harus tetap menjalankan *Lunang*. Tidak menjalankan *Lunang* dianggap sebagai bentuk dosa terhadap Tuhan.

Oleh karena itu, penyerapan nilai kesederhanaan, kejujuran, dan *Lunang*, telah menjadi kepercayaan warga yang dipengaruhi oleh struktur adat yang ada. Perilaku dan tindakan warga Baduy Luar menjadi hasil dari struktur yang ada, yaitu adat dan negara. Warga Baduy menganut kepercayaan *Sunda Wiwitan*, dengan meyakini kekuasaan Tunggal Maha Pencipta, Adam Tunggal, roh-roh nenek moyang yang disebut *Guriang*, dan meyakini Nabi Adam dan Nabi Muhammad melalui *Dua Kalimah Sahadat* (Kurnia, 2010: 28).

Tidak hanya aturan adat yang telah mempengaruhi kesadaran warga Baduy Luar, tetapi juga aturan negara, seperti aturan Pemilu. Pada aturannya jelas, untuk urusan negara merupakan legitimasi pemerintah Republik Indonesia termasuk pemerintah desa, sedangkan untuk urusan adat menjadi legitimasi lembaga adat. Lembaga adat tidak mencampuri urusan negara, begitu pun pemerintah. Sehingga aturan negara hanya berlaku bagi urusan negara saja, seperti Pemilu, begitu pun aturan adat.

Dalam proses pelaksanaannya aturan adat tetap mengalahkan aturan negara. Misalnya ketika Pileg tanggal 9 April 2014, bersamaan diselenggarakan pula ritual adat *Kawalu*. Seperti yang diungkapkan Subyek 1, warga akan memprioritaskan mengikuti ritual adat tersebut ketimbang mengikuti Pemilu. Selain itu aturan adat juga lebih diprioritaskan ketimbang pemenuhan kebutuhan fisiologis. Ketika prosesi ritual adat berlangsung maka warga diwajibkan untuk meninggalkan semua aktivitasnya, termasuk aktivitas pemenuhan kebutuhan pokoknya.

Aturan dan nilai-nilai adat dipatuhi dan dijalankan oleh seluruh warga Baduy. Nilai adat dalam konteks politik adalah antara lain *Lunang* atau *milu kanu meunang*, kebebasan memilih, ketidakberpihakan (netralitas). Supremasi hukum adat yang diketuai oleh *Pu'un* lebih dijunjung tinggi ketimbang hukum dari pihak pemerintah. Masyarakat Baduy lebih memprioritaskan mengikuti ritual adat (*Kawalu*) daripada mengikuti Pemilu jika waktunya bersamaan.

Pemilu bagi masyarakat Baduy tidak besar dan tidak pula kecil akibatnya, sebab masyarakat Baduy berbeda dengan Masyarakat luar Baduy, dimana hal itu dianggap dapat menentukan maju tidaknya pemerintahan ke depan. Dalam adat istiadat masyarakat Baduy tidak diberikan amanat untuk meramalkan/membangun Negara. Tetapi, ditugaskan untuk menegakkan/ mempertahankan *Buyut Pamali mengasuh Ratu menyayangi Menak*, jika ini dilanggar maka pasti ada guncangan ke pihak adat bahkan dapat merusak tatanan dan ketenteraman *wiwitan*. *Wiwitan* tidak boleh memihak siapapun, hanya mendoakan saja. Dalam sejarahnya, *wiwitan* tidak bisa berpihak pada satu partai, golongan atau pihak manapun, karena bila memihak goncangannya akan sangat besar pada masyarakat adat, mengganggu keharmonisan, kebersamaan, persatuan dan kesatuan adat Baduy dalam melaksanakan *Pikukuh Karuhun* (amanat leluhur). Pada dasarnya tugas *wiwitan* bukan untuk berpolitik, tapi lebih cenderung pada tugas untuk mendoakan manusia, negara dan bangsa alias bertapa. *Wiwitan* hanya mendoakan saja ke siapa pun, apakah Ratu atau pemimpin yang dipercaya oleh kebanyakan masyarakat supaya negara dan bangsa tetap aman, tenteram tidak terjadi perpecahan, rakyat sejahtera lahir dan batin (Kurnia, 2010 : 281).

Pemilu menurut tokoh adat Baduy tidak terlalu berpengaruh, karena tatanan sistem yang berlaku antara masyarakat Baduy dan di luar Baduy berbeda. Sehingga dampak yang ditimbulkan dari proses demokrasi tersebut tidak terlalu berpengaruh kepada komunitas adat baduy secara keseluruhan. Partisipasi sebagian masyarakat Baduy dalam pemilu tersebut ialah untuk membuktikan bahwa masyarakat Baduy juga peduli dan menghargai pemerintah. (Kurnia, 2010:280)

Pada praktik pemerintahan di struktur adat Baduy, suara warga Baduy diwakili oleh keturunannya masing-masing, yaitu melalui tokoh-tokoh adat yang ada di lembaga adat

ketika pemilihan *Pu'un*. Tetapi ketika Pemilu, pendelegasian suara seperti itu tidak berlaku, melainkan mengikuti aturan Pemilu yang berlaku, di mana satu suara untuk satu warga Baduy. Untuk urusan Pemerintahan Negara RI, lembaga adat tidak mencampurinya dengan menyerahkan sepenuhnya kepada pemerintahan negara (melalui KPUD dan Kepala Desa). Apabila ada intervensi, lembaga adat tidak terlalu memaksakan atau cenderung menerima keputusan pemerintahan negara, misalnya ketika lembaga adat mengusulkan untuk perubahan lokasi dan jumlah TPS, KPUD tetap memutuskan 15 lokasi TPS dan lembaga adat menerimanya. Sedangkan untuk urusan adat, pemerintahan RI (KPUD) tidak mencampurinya dengan menyerahkan sepenuhnya kepada lembaga adat.

Jaro Dainah mengatakan bahwa segala bentuk kegiatan atau program yang akan diterapkan di Baduy harus diselaraskan dengan keadaan adat *wiwitan*, sebab komunitas adat baduy memiliki tatanan yang berbeda dengan masyarakat di luar Baduy. (Kurnia, 2010:5)

Prinsip dasar pemilihan pemimpin adat Baduy adalah "Pemimpin tidak pernah mencalonkan dirinya untuk dipilih menjadi pemimpin, tetapi dicari dan diseleksi oleh para tokoh adat yang ada dengan kriteria dan syarat secara lahiriah sesuai ketentuan yang ada, dan kemudian dibawa ke forum musyawarah lembaga adat untuk diputuskan berdasarkan kesepakatan dan pertimbangan batiniah (Kurnia, 2010:120). Hal tersebut dianggap bertentangan dengan konsep pemilihan umum di tataran negara republik Indonesia yang mengarahkan warganegaranya untuk aktif dalam partisipasi politik dengan mencalonkan diri melalui partai politik ataupun perseorangan.

Dari tahun 1986 ke belakang masyarakat baduy tidak mau menggunakan hak suaranya, mereka lebih banyak memperhatikan dan memilih diam dengan istilah *Lunang (milu kanu meunang)*. Artinya ikut pada yang menang. (Kurnia, 2010 : 279). Pada konteks pemilihan, baik itu pemilihan umum ataupun pemilihan *Pu'un*, *Lunang* memainkan peranan penting dalam mencegah terjadinya kekacauan atau konflik. *Lunang* menjadi sebuah instruksi yang tidak tertulis yang harus dijalankan warga Baduy. Subyek 1 menegaskan bahwa *Lunang* tidak hanya dapat diterapkan dalam aturan adat Baduy, melainkan juga dapat diterapkan dalam aturan negara seperti Pemilu. Ia membantah pandangan yang mengatakan bahwa *Lunang* merupakan bentuk golput atau tidak memilih dari warga Baduy, tetapi *Lunang* tetap menginstruksikan warga Baduy untuk tetap memilih. *Lunang* mengharuskan warga untuk tetap legowo/ikhlas mematuhi dan menerima siapapun pemimpin yang menang, baik itu untuk urusan negara maupun untuk urusan adat. *Lunang* lebih dipertegas lagi dalam konteks pemilihan adat, setiap warga Baduy yang menolak hasil keputusan lembaga adat dalam pemilihan adat dianggap berdosa.

"Itu mah kalau urusan di luar itu urusan desa semuanya, ga ikut campur ke urusan adat. Tapi tetep desa harus koordinasi, satu contoh kemaren, begitu hasil penghitungan gimana sama calon yang mana yang menang, yang menang nomor tiga itu, kade itu legowo. Satu contoh Lunang itu begini, tadi mah orang mah Lunang, milu kanu meunang, yang menang itu ikuti aturan nana kan gitu." (Hasil Wawancara)

Subyek 1 menyadari bahwa *Lunang* merupakan salah satu bentuk penerapan demokrasi. *Lunang* melarang sesama warganya agar tidak mendendam jika calon pemimpin yang diusungnya kalah, termasuk di dalam lingkup keluarga. Subyek lain menegaskan bahwa keberadaan *Lunang* bukan merupakan bentuk golput, meskipun mereka pernah tidak mengikuti Pemilu. *Lunang* dalam konteks Pemilu berarti setiap warga Baduy harus mengikuti segala keputusan pemimpin yang menang dalam Pemilu, termasuk warga yang tidak ikut memilih, juga harus tetap mematuhi. *Lunang* ini juga merupakan ungkapan kebebasan warga Baduy untuk menentukan pilihannya pada sosok seorang pemimpin yang disukainya. Namun tidak dapat seenaknya, tetap mengikuti koridor aturan yang berlaku.

PENUTUP

Partisipasi politik masyarakat Baduy dalam Pemilihan Umum dipandang sebagai kewajiban dalam memenuhi aturan dalam struktur negara. Cara masyarakat Baduy sebagai warga negara Indonesia dalam memahami kewajibannya dalam Pemilu karena adanya legitimasi dari jabatan struktur adat (*Jaro Pamarentah*), yang juga ditunjuk dan berperan sebagai Kepala Desa dalam struktur negara Republik Indonesia. Penggunaan kekuasaan lembaga adat Baduy berkontribusi besar dalam kegiatan pemilu. Meskipun dalam situasi dan kondisi tertentu struktur adat memiliki kekuasaan untuk mengatur masyarakatnya agar tertib dan tetap kondusif. Dalam pelaksanaan Pemilu, lembaga adat mampu memberikan hukuman bagi anggotanya. Karena itu, *Lunang (milu kanu meunang)* atau ikut ke siapa saja yang menang berperan untuk menjaga agar tidak ada anggota lembaga adat yang berpartisipasi dalam Pemilu. Ini menunjukkan bahwa, kekuasaan struktur adat lebih dominan daripada struktur negara berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti, sistem kepercayaan, motif dalam partisipasi politik dan konsekuensi (dampak negatif) yang mempengaruhi dorongan kegiatan politik yang cenderung berkurang karena kebutuhan fisiologis dan aturan adat dalam waktu-waktu tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Berger, Peter L & Thomas Luckmann. (1967). *The Social Construction of Reality: A Treatise in Sociology of Knowledge*. New York :Anchor Books.

Egon G Guba. (1990). *The Paradigm Dialog*, New York: Sage Books.

Garna, Judistira K. & Salam Hardjadilaga (terj.).2012. *Etnografi Jul Jacobs "Orang Baduy dari Banten"*. Bandung: Primaco Akademika & Jusitira Garna Foundation

Hennink, Monique. Et al. (2011). *Qualitative Research Methods*. London: Sage.

Hidayat, Dedy N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*.Depok: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI.

Kurnia, Asep & Ahmad Sihabudin. (2010). *Saatnya Baduy Bicara*. Jakarta: Bumi Aksara.

Lawrence W Neuman. (2000). *Social Research Methods*. London: Allyn and Bacon.

- Moleong, Lexy J. (1990). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 1990
- Moustakas, Clark. (1994). *Phenomenological Research Methods*. California: SAGE, 1994
- Nimmo, Dan. (2010). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Parera Media, Frans. (2012). *Tafsir Sosial atas Kenyataan, Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta : LP3ES
- Patton, Michael Quinn. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*, 3rd edition. California: Sage
- Poerwandari, Kristi. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: Perfecta.
- West, Richard & Lynn Turner.(2007). *Introducing Communication Theory, Analysis and Application*. McGraw-Hill. New York: 2007
- Littlejohn, Stephen W & Karen A Foss. *Theories of Human Communication* (10th edition). Waveland Press. 2011 *Jurnal dan Penelitian*:
- Bismar Arianto.(2011). *Analisis Penyebab Masyarakat Tidak Memilih dalam Pemilu*. *Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan*: hal 51
- BAPPENAS dan UNDP, *Indeks Demokrasi Indonesia*, Jakarta: 2010
- KPU, *Pemilu 2009 dalam Angka*, Jakarta: KPU, 2010

Website:

- <http://data.kpu.go.id/dpt.php>, diakses pada tanggal 27 Februari 2014 pukul 21.54 WIB
- <http://kpu-bantenprov.go.id/component/content/article/39-serba-serbi/133-simulasi.html>, diakses pada tanggal 28 Februari 2014 pukul 14.50 WIB.
- <http://data.kpu.go.id/dpt.php>, diakses pada tanggal 28 Februari 2014 pukul 08.42 WIB

**REVITALISASI SEPAKBOLA INDONESIA SEBAGAI UPAYA RESOLUSI
KONFLIK OLEH KEMENTERIAN PEMUDA DAN OLAHRAGA (KEMENPORA)
(Studi Kasus Konflik PSSI pada Masa Pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla)**

MOHAMMAD AKBAR

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur
Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260. DKI Jakarta, Indonesia.
Telp: 021-585 3753 Fax: 021-585 3752.
Email: akbar_akb@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses dan dinamika revitalisasi yang dilakukan Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) sebagai bentuk dari resolusi konflik yang sedang terjadi di dalam sepakbola Indonesia. Resolusi konflik ini merupakan langkah yang dilakukan pada masa pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla (Jokowi-JK) terhadap Persatuan Sepakbola seluruh Indonesia (PSSI) yang mengelola sepakbola Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori *public relations*, khususnya teori citra Frank Jefkins yang digunakan untuk melihat bagaimana kesan dan gambaran publik sepakbola Indonesia terhadap pemerintahan Jokowi-JK. Teori lain yang digunakan adalah teori revitalisasi yang digunakan untuk mengukur sejauh mana proses atau cara pemerintah untuk menjadikan sepakbola Indonesia sebagai upaya memperbaiki citra pemerintah dengan melakukan pembenahan terhadap PSSI. Lalu teori konflik Lewis Coser digunakan untuk melihat faktor-faktor yang memunculkan terjadinya konflik dalam sepakbola. Untuk paradigma penelitian digunakan konstruktivisme, dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Hasil penelitian dan analisis didasarkan kepada wawancara, observasi, dokumen dan pemberitaan media. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa konflik ini sengaja diciptakan untuk meningkatkan citra yang positif bagi pemerintahan Jokowi-JK. Konflik ini digunakan sebagai cara pemerintah untuk mengkonsolidasikan pengaruhnya di PSSI.

Kata Kunci: *citra, public relation, konflik, revitalisasi, sepakbola*

PENDAHULUAN

Konflik yang terjadi dalam sepakbola Indonesia mengalami fase destruktif terburuk pada masa pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla (Jokowi-JK). Pada masa ini, sepakbola Indonesia mendapat hukuman dari The Fédération Internationale de Football Association (FIFA) yang menjadi induk organisasi sepakbola dunia. Hukuman ini merupakan kali pertama sejak Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) bergabung dengan FIFA pada 1952. Hukuman tersebut membuat Indonesia diasingkan dari seluruh aktivitas resmi sepakbola internasional. Akibat dari sanksi tersebut, peringkat Indonesia mengalami penurunan terburuk sepanjang sejarah, yakni menduduki urutan ke-179.

Sanksi FIFA itu berawal dari intervensi yang dilakukan Kementerian Pemuda dan Olahraga (kemenpora) terhadap PSSI. Dalam Pasal 13 dan 17 Statuta FIFA, setiap asosiasi yang menjadi anggota FIFA, termasuk PSSI, harus menyelesaikan masalah secara independen tanpa pengaruh dari pihak ketiga seperti pemerintah. Sementara kemenpora yang menjadi representasi pemerintahan Jokowi-JK melakukan intervensi karena keinginan untuk

memperbaiki sepakbola Indonesia. Minimnya prestasi tim nasional Indonesia di pentas internasional serta masih maraknya praktek mafia bola telah membuat sepakbola Indonesia berada pada titik nadir prestasi terendahnya.

Salah satu peristiwa yang telah mencoreng citra sepakbola nasional adalah insiden sepakbola gajah. Sepakbola gajah merupakan istilah yang digunakan terhadap hasil pertandingan babak delapan besar kompetisi Divisi Utama 2014. Saat itu lima gol bunuh diri terjadi pada pertandingan PSS Sleman dan PSIS Semarang yang berakhir dengan skor 3-2. Setelah peristiwa sepakbola gajah, muncul juga adanya dugaan pengaturan skor yang melibatkan tim nasional Indonesia U-23 di ajang SEA Games 2015. Pada saat kemenangan melakukan revitalisasi citra sepakbola Indonesia, pihak PSSI justru bersikap resisten terhadap adanya desakan untuk melakukan perubahan. Resistensi itu berkaitan Statuta FIFA yang melarang pemerintah untuk melakukan intervensi kepada PSSI dalam pengelolaan sepakbola di Indonesia. Perbedaan itu kemudian mendorong lahirnya konflik.

Sementara itu secara defenisi, Gouillart dan Kelly *dalam* Misrakandi (2009: 11) menjelaskan revitalisasi merupakan perubahan organisasi yang ditujukan untuk memacu pertumbuhan organisasi dengan menyelaraskan organisasi dengan lingkungannya.

Defenisi lainnya menurut Asbhy, revitalisasi ini mencakup perubahan yang dilaksanakan secara *Quantum Leap*, yaitu lompatan besar yang tidak hanya mencakup perubahan bertahap atau *incremental*, melainkan langsung menuju sasaran yang jauh berbeda dengan kondisi awal organisasi.

Kemudian berkaitan dengan citra (*image*), Frank Jefkins mengelompokkannya ke dalam lima jenis. Kelima citra itu sebagai berikut:

1. Citra bayangan (*mirror image*)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi. Umumnya citra ini melekat pada pemimpinnya. Citra bayangan ini adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan atau pun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Citra semacam ini cenderung positif.

2. Citra yang berlaku (*current image*)

Merupakan citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini tidak berlaku selamanya, bahkan jarang sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang bersangkutan yang biasanya tidak memadai. Citra ini kebalikan dari citra bayangan dan cenderung negative. Citra ini ditentukan oleh banyak dan sedikitnya informasi yang dimiliki oleh penganut atau merek yang dipercayainya.

3. Citra yang diharapkan (*wish image*)

Suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada. Citra ini menjadi sesuatu yang berkonotasi lebih baik. Citra yang diharapkan ini biasanya dirumuskan dan diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relative baru, yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai untuk mengenalnya.

4. Citra perusahaan (*corporate image*)

Citra dari suatu organisasi secara keseluruhan dan bukan citra atas produk serta pelayanannya. Citra ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang

gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihinya, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset dan lain sebagainya.

5. Citra majemuk (*multiple image*)

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu tersebut memiliki perangani dan perilaku tersendiri sehingga, secara sengaja atau tidak dan sadar atau tidak, mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.

Citra sendiri merupakan bagian dari bidang aktivitas *public relations*(PR). Menurut Firsan Nova (2011: 296), bidang PR itu berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang maupun sebuah lembaga di mata publik. Selain mengelola reputasi dan citra, PR juga dituntut untuk dapat melakukan evaluasi atas upaya yang dilakukan dalam membangun reputasi perusahaan atau organisasi.

Sementara itu dalam melihat konflik yang terjadi dalam upaya revitalisasi sepakbola ini, peneliti menggunakan pendekatan teori konflik yang dikembangkan oleh William Coser. Coser melihat konflik itu sesungguhnya dapat menempatkan dan menjaga garis batas antara dua atau lebih kelompok. Kehadiran konflik ini sangat penting untuk mempertahankan keutuhan kelompok. Menurut Coser konflik dibagi menjadi dua, yaitu⁴³:

- a. Konflik Realistis, berasal dari kekecewaan terhadap tuntutan- tuntutan khusus yang terjadi dalam hubungan dan dari perkiraan kemungkinan keuntungan para partisipan, dan yang ditujukan pada obyek yang dianggap mengecewakan. Contohnya para karyawan yang mogok kerja agar tuntutan mereka berupa kenaikan upah atau gaji dinaikkan.
- b. Konflik Non- Realistis, konflik yang bukan berasal dari tujuan- tujuan saingan yang antagonis, tetapi dari kebutuhan untuk meredakan ketegangan, paling tidak dari salah satu pihak. Coser menjelaskan dalam masyarakat yang buta huruf pembalasan dendam biasanya melalui ilmu gaib seperti teluh, santet dan lain- lain. Sebagaimana halnya masyarakat maju melakukan pengkambinghitaman sebagai pengganti ketidakmampuan melawan kelompok yang seharusnya menjadi lawan mereka.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimanakah proses dan dinamika yang dilakukan oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga (kemenpora) dalam merevitalisasi citra sepakbola Indonesia?
- Bagaimana resolusi konflik yang dilakukan Kementerian Pemuda dan Olahraga (kemenpora) terhadap PSSI dalam upaya merevitalisasi citra sepakbola Indonesia?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan *call of paper* ini sebagai bagian awal dari tugas penulisan tesis. Di dalamnya bertujuan untuk mengetahui proses dan dinamika yang dilakukan Kementerian

⁴³http://www.academia.edu/8893218/TEORI_KONFLIK_SOSIAL

Pemuda dan Olahraga (kemenpora) dalam mencari resolusi konflik dengan pihak PSSI dalam upaya merevitalisasi citra sepakbola Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme melalui pendekatan kualitatif dan metode studi kasus terhadap konflik sepakbola Indonesia yang terjadi antara pihak kemenpora dan PSSI. Dalam paradigma konstruktivisme sosial ini dinyatakan para individu secara berkala menciptakan struktur sosial melalui aksi dan interaksi mereka. Dengan demikian dalam paradigma ini tidak terdapat kebenaran abstrak atau realita karena realita itu terbentuk ketika orang yang menciptakannya secara bersama-sama (West, 2008: 55).

Lalu fokus dari penelitian ini untuk melihat sejauh mana proses dan dinamika yang terjadi selama proses revitalisasi citra sepakbola Indonesia dilakukan oleh kemenpora. Sebagai obyek dari penelitian ini adalah pihak humas kemenpora dalam menyampaikan gagasan dan komentarnya yang terekam di media.

Sementara sebagai subyeknya adalah para publik sepakbola Indonesia. Di antaranya yang menjadi informan adalah promotor dari Mahaka Sport and Entertainmen, Hasani Abdulgani. Informan ini dipilih karena keterlibatannya secara aktif ketika kompetisi sepakbola dihentikan PSSI. Informan ini berhasil menyelenggarakan turnamen Piala Presiden. Lalu dipilih juga Erwiyantoro yang memiliki akun Facebook, Cocomeo Cacamarica. Informan ini sudah lebih 30 tahun berkecimpung dalam sepakbola nasional. Pernah menjadi wartawan peliput sepakbola dari media Suara Merdeka, informan ini juga sudah mengeluarkan sejumlah buku berkaitan dengan sepakbola Indonesia. Informan ini juga memiliki *fanpage* dengan jumlah *like* sebanyak 10.487 dengan informasi yang terfokus pada persoalan sepakbola nasional. Selanjutnya dipilih pula Irfan Suryadiredja, media officer dari Persib Bandung. Persib merupakan salah satu tim yang memiliki pendukung loyal serta klub asal Jawa Barat ini menjadi juara Liga Super Indonesia 2014 atau liga terakhir sebelum kompetisi di Indonesia terhenti hingga kini.

Untuk sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari wawancara terbuka dan terstruktur kepada para informan, pengamatan dari pemberitaan yang muncul di media serta analisis data sekunder yang berasal dari berbagai sumber yang mendukung penelitian.

HASIL

Revitalisasi sepakbola Indonesia yang dilakukan oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga merupakan proses yang sangat panjang. Hasil wawancara kepada sejumlah informan, revitalisasi sepakbola yang dilakukan oleh kemenpora ini mendapatkan apresiasi yang positif. Semua informan sepakat bahwa kemenpora dinilai sudah tepat untuk melakukan revitalisasi sepakbola. Alasannya revitalisasi ini diperlukan untuk memperbaiki prestasi sepakbola di Indonesia, khususnya prestasi tim nasional Indonesia yang tidak pernah mendapatkan gelar juara dalam setiap penampilannya di sejumlah turnamen internasional.

Dalam penelitian ini, diajukan sejumlah pertanyaan yang disampaikan secara tertulis. Berikut pertanyaan yang diajukan kepada para informan serta jawabannya

Apakah revitalisasi sepakbola Indonesia yang dilakukan oleh kemenpora sudah sesuai untuk menciptakan iklim sepakbola Indonesia yang lebih baik?

1. Hasani Abdulgani

Revitalisasi dianggap penting untuk dilakukan oleh pemerintahan Jokowi. Ini mengingat adanya desakan dari masyarakat yang sudah sangat kecewa dengan prestasi sepakbola Indonesia, baik di level domestik maupun internasional. Dari level domestik, ia melihat sepakbola Indonesia terlihat tidak becus dikelola oleh pihak PSSI. Ini terlihat dari masih terjadinya kecurigaan klub kepada perangkat pertandingan seperti wasit. Lalu dari level internasional terlihat tidak adanya prestasi sepakbola timnas. Jadi revitalisasi ini menjadi hal yang sangat diperlukan jika ingin memperbaiki citra sepakbola Indonesia menjadi lebih baik.

2. Erwiyantoro

Revitalisasi ini merupakan proses panjang. Siapapun pemerintahnya masih harus melakukan revitalisasi terhadap sepakbola Indonesia. Namun revitalisasi sepakbola itu memang harus diarahkan kepada PSSI yang menjadi induk organisasi yang mengurus sepakbola nasional. Ketika PSSI tidak mampu melakukannya maka pemerintah sepatutnya mengambil langkah yang lebih kongkret.

3. Irfan Suryadiredja

Revitalisasi yang didorong oleh pemerintah tidak memiliki konsep yang jelas. Pemerintah masih terlihat bingung dan mengambang dalam menerjemahkan apa yang harus direvitalisasi terhadap sepakbola Indonesia. PSSI sebagai pengelola sepakbola Indonesia sebenarnya sudah memiliki program yang baik namun selalu melenceng dalam pelaksanaannya. Sebaliknya, kemenpora terlihat masih bingung dalam memfokuskan upaya revitalisasi sepakbola, apakah manajemen pengelolaan sepakbola atau pembinaan usia dini. Kunci dari revitalisasi itu adalah prestasi sepakbola Indonesia yang lebih baik. Namun selama ini pemerintah justru masih terjebak pada proses revitalisasi manajemen PSSI yang akhirnya menimbulkan konflik. Padahal jika merevitalisasi dan memfokuskan konsep pembinaan usia dini maka prestasi itu akan bisa datang dengan sendirinya. Hal ini pernah dilakukan oleh Jepang ketika ketika mereka di *banned* keanggotannya dari FIFA. Pembinaan utama yang dilakukan adalah pembinaan kepada pemain usia dini secara berjenjang. Inilah yang harusnya dilakukan oleh pemerintah, dalam hal ini kemenpora.

Seperti apakah gambaran sepakbola Indonesia yang baik dan ideal itu?

1. Hasani Abdulgani

Sepakbola dianggap ideal kalau masyarakat dan para pengelola olahraga ini sudah sama-sama merasakan manfaatnya. Dari sisi masyarakat, manfaatnya adalah mereka terhibur dengan adanya permainan sepakbola yang menarik dan berprestasi. Prestasi itu adalah ukuran yang paling sederhana. Ketika timnas kita meraih gelar maka publik akan merasa bahagia. Kita bisa melihat sepakbola ideal itu dari Inggris. Ketika Inggris di *banned* oleh FIFA pada 1977, setelah insiden Liverpool dan Juventus, mereka justru berhasil membenahi diri dengan melahirkan Liga Primer Inggris. Sekarang ini, liga tersebut menjadi salah satu liga atau kompetisi terbaik di dunia dan banyak masyarakat Indonesia yang menyukainya.

Kalau di Indonesia harapan idealnya juga demikian, bagaimana kita bisa membangun kompetisi yang kredibel, tertata serta menghibur. Mungkin kita bisa mencontoh kepada Jepang. Di sana, bola bukan olahraga nomor satu tapi mereka bisa bangun sepakbola lebih

baik sehingga sekarang di Asia mereka sudah menjadi tim empat besar dan masuk level dunia. Kalau kita bisa memperbaiki diri setelah *banned*, misalnya menciptakan kompetisi dalam bentuk industri, inilah sesungguhnya harapan anak-anak bola di negeri ini. Ketika industrilisasi sepakbola dengan adanya kompetisi yang bisa mendatangkan income kepada klub-klubnya maka pembinaan itu akan turut berjalan dengan sendirinya. Untuk bisa masuk ke dalam fase industri itu, tentunya harus ada perubahan-perubahan. Perubahan tersebut salah satunya harus dilakukan oleh pengelola klub. Dalam hal ini bagaimana mengelola klub itu secara professional, baik dalam manajemen maupun keuangannya. Inilah harapan ideal bagi sepakbola Indonesia ke depannya.

2. Erwiyantoro

Sepakbola Indonesia yang ideal itu adalah bagaimana induk organisasi sepakbola tersebut, PSSI, bisa melepaskan dirinya dari beragam kepentingan politik. Selama ini, PSSI dan sepakbola di negeri ini selalu dijadikan sebagai alat politik. Padahal dalam olahraga itu *kan* ukurannya sudah jelas, yakni prestasi. Jadi ketika masalah politik sepakbola itu masih sangat dominan maka rasanya sangat sulit untuk mendapatkan prestasi seperti yang kita inginkan. Jadi apa yang perlu dilakukan untuk meraih prestasi tersebut? Caranya adalah PSSI harus melakukan pembinaan sepakbola secara berjenjang, mulai dari kelompok usia dini hingga senior. Selama ini pembinaan berjenjang itulah yang terlupakan atau memang sengaja dilupakan. Atau jangan-jangan karena yang terlibat di sepakbola itu adalah orang-orang politik maka yang dikedepankan adalah persoalan konflik politik di antara mereka saja.

3. Irfan Suryadiredja

Pembinaan yang baik adalah masa depan buat sepakbola Indonesia. Sekarang ini pembinaan, terutama pembinaan pemain usia dini, masih belum menjadi perhatian PSSI maupun pemerintah. Harusnya pembinaan inilah menjadi perhatian. Membangun kompetisi yang baik, bersih dan menghibur, menjadi harapan saya untuk melihat sepakbola ideal. Dengan lahirnya kompetisi yang baik, otomatis pembinaan pemain pun akan bisa berjalan secara baik pula. Tapi perlu diingat, fokus kompetisi itu jangan hanya sebatas seperti Liga Super Indonesia (LSI) saja. Lihat dan perhatikan juga kompetisi atau turnamen yang melibatkan para pemain usia dini. Dari sanalah, kita akan bisa menemukan bibit-bibit bertalenta yang akan menjadi harapan bagi timnas kita di kemudian hari.

Apakah pihak kemenpora telah melakukan langkah revitalisasi seperti yang diinginkan publik?

1. Hasani Abdulgani

Langkah revitalisasi yang dilakukan oleh kemenpora kepada PSSI menjadi hal yang sudah lama dinantikan publik. Bahkan dalam pertemuan saya secara langsung kepada Presiden Joko Widodo sewaktu melaporkan hasil turnamen Piala Presiden, terlihat sangat jelas presiden ingin terjadinya perubahan di dalam sepakbola kita. Memang upaya revitalisasi ini bukanlah hal yang muda dilakukan oleh kemenpora. Menurut saya, ke depan, masing masing pihak dalam hal ini PSSI dan kemenpora bisa saling instropeksi diri. Pihak pemerintah tentunya harus menghargai hak-hak eksklusif PSSI yang tidak bisa kita campuri tapi PSSI harusnya dapat juga menjaga hubungan yang harmonis kepada pemerintah karena bagaimanapun banyak hal yang masih dibutuhkan oleh PSSI. Kalau komunikasi itu berjalan baik maka rasanya tidak akan ada masalah konflik seperti sekarang. Revitalisasi yang sekarang dijalankan oleh pemerintah sekarang ini masih harus dikomunikasi lagi secara baik

kepada pengurus PSSI. Kita tentunya berharap ketua PSSI yang baru nanti bisa memahami dan mengikuti niat baik revitalisasi ini untuk kebaikan sepakbola Indonesia.

2. Erwiyantoro

Revitalisasi yang dilakukan pemerintah sekarang ini masih berproses dan tidak pernah bisa kita ketahui akan sampai kapan berakhir. Saya yakin, revitalisasi dari pemerintah ini akan selesai ketika muncul kesadaran PSSI bahwa mereka mau mengelola sepakbola itu dengan benar serta tidak cenderung untuk bermain dengan cara mereka sendiri. Memang konsekuensi dari revitalisasi ini telah memunculkan konflik yang begitu menguras serta membuat Indonesia pernah di *banned* oleh FIFA. Kalau orang yang mengerti dan memahami sepakbola maka *banned* terhadap Indonesia itu merupakan hal yang tepat. Ini mengingat kondisi sepakbola kita yang memang sedang jelek. Sekarang ini PSSI masih *ndablek* dalam mengurus sepakbola kita.

3. Irfan Suryadiredja

Selama ini pemerintah tidak jelas arah revitalisasinya apakah mau fokus pada pembinaan dan manajemennya. Ketidakjelasan inilah yang kemudian memunculkan kekecewaan dari banyak pihak. Padahal contoh terhadap revitalisasi sepakbola ini sudah diperlihatkan di sejumlah negara seperti Korea dan Jepang. Di sana, revitalisasi itu dilakukan dengan membangun peta masa depan bagaimana melakukan pembinaan terhadap pemain usia dini mereka. Di Indonesia, revitalisasi terhadap pembinaan usia dini itu justru tak pernah terlihat. Semuanya masih terfokus pada senior saja. Padahal kalau kita mau jujur, prestasi apa yang sudah diberikan timnas senior kita? Sudah sangat lama, kalau tidak salah terakhir kali kita menjadi juara SEA Games itu pada 1991, setelah itu prestasi timnas kita tidak pernah mendapatkan apa-apa. Inilah yang harusnya dilakukan oleh pemerintah jika ingin merevitalisasi sepakbola. Dengan kata kata revitalisasi pembinaan yang terjadi sekarang ini masih sangat semu. Mungkin sudah saatnya kemenpora dan PSSI berbagi peran dalam mendorong terciptanya pembinaan itu. PSSI fokus pada tim senior dengan menggelar kompetisi yang berjenjang dan terukur, lalu kemenpora memberikan sokongannya untuk menggelar turnamen-turnamen yang mendorong terwujudnya pembinaan terhadap para pemain muda kita seperti kelompok usia U-15, U-17, U-19 dan U-21.

Apakah langkah revitalisasi sepakbola ini akan memberikan citra yang positif terhadap pemerintahan Jokowi-JK?

1. Hasani Abdulgani

Kalau pemerintah Jokowi-JK ini bisa membenahi maka tidak hanya sepakbola saja yang mendapatkan manfaatnya tetapi cabang olahraga lainnya akan turut berdampak. Mengapa? Sepakbola ini adalah olahraga paling favorit dan digemari masyarakat di Indonesia. Tentu saja menjadi sangat logis ketika pemerintahan sekarang ini bisa melakukan revitalisasi terhadap sepakbola maka masyarakat juga akan merasakan kesenangannya. Tetapi saya tak mau terlalu jauh dan tak melihat pada konteks pertanyaan itu. Yang pasti pengaruh (revitalisasi) ini akan terjadi setelah terjadinya pergantian pengurus di tubuh PSSI pada 10 November nanti.

2. Erwiyantoro

Jokowi itu *kanngak* bodoh. Jokowi membutuhkan semua cabang olahraga itu bisa menjadi lebih baik. Ketika sepakbola bisa melakukan revitalisasi menjadi lebih baik tentunya ini akan sangat berdampak bagi Jokowi dan pemerintahannya.

3. Irfan Suryadiredja

Kalau saya melihat situasi sekarang ini sudah kronis. Ukurannya apa? Saat ini kita tidak memiliki prestasi internasional yang dapat dibanggakan. Lalu kompetisi kita juga masih karut marut. Apakah revitalisasi ini bertujuan untuk mencitrakan diri yang positif buat Jokowi? Saya tidak bisa menilainya tetapi niat mereka untuk melakukan revitalisasi ini tentunya harus kita apresiasi. Sekarang ini yang kita nantikan, mampukah Jokowi membenahi persoalan sepakbola kita.

PEMBAHASAN

Konflik yang terjadi dalam sepakbola Indonesia sekarang ini sesungguhnya imbas dari upaya revitalisasi yang sedang dilakukan oleh Kemenpora. Proses revitalisasi ini masih terus berproses. Namun konflik yang terlahir dari proses revitalisasi ini sesungguhnya merupakan upaya dari masing-masing pihak, dalam hal ini PSSI dan Kemenpora, untuk saling menjaga garis batas kelompok masing-masing. Dalam pandangan Coser, konflik yang muncul dari proses revitalisasi ini sesungguhnya merupakan bentuk konflik realistik. Ini terlihat dari semua informan yang menyadari bahwa PSSI perlu dibenahi. Hal tersebut perlu dilakukan karena PSSI dinilai telah gagal memberikan prestasi terhadap timnas maupun kompetisi serta pembinaan untuk pemain usia dini. Ketika pembinaan tidak berjalan secara baik maka prestasi pun menjadi sulit diraih. Faktor-faktor tersebut merupakan dasar terciptanya konflik realistik, dimana konflik ini berasal dari kekecewaan terhadap tuntutan-tuntutan khusus yang ditujukan pada obyek yang dianggap mengecewakan. Namun demikian konflik yang terlahir dari proses revitalisasi ini sesungguhnya diyakini oleh para informan untuk memberikan perbaikan bagi sepakbola nasional yang sekarang sedang dalam kondisi akut karena miskin prestasi.

Selama proses revitalisasi yang dilakukan oleh kemenpora, para informan juga menyadari bahwa upaya memperbaiki persoalan sepakbola Indonesia itu bukanlah hal yang mudah. Sikap resistensi yang ditunjukkan PSSI menjadi faktor penghalang dalam mewujudkan langkah revitalisasi ini. Dalam hal ini, kemenpora seharusnya bisa mengambil pendekatan yang lebih *win-win solution* dalam menyikapi konflik. Ini diperlukan karena PSSI memiliki aturannya sendiri dalam mengelola sepakbola sebagaimana tertuang dalam Statuta FIFA. Namun demikian, PSSI juga sangat diharapkan bisa memahami kekecewaan publik sepakbola Indonesia terhadap prestasi sepakbola yang tidak kunjung menggembirakan. Sebagai bentuk resolusi dalam mendapatkan *win-win solution* terhadap persoalan sepakbola Indonesia ini maka pemerintah bisa mengambil peran dalam melakukan pembinaan usia dini dan PSSI memfokuskan pada timnas dan pembinaan senior. Harapan tersebut akan bisa diwujudkan setelah terpilihnya ketua umum PSSI yang baru periode 2016-2020 melalui Kongres PSSI yang akan diselenggarakan pada 10 November mendatang.

Sementara itu terkait pembentukan citra, revitalisasi yang dilakukan oleh kemenpora selama ini masih berada pada posisi *current image*. Dalam posisi *current image*, terlihat dari langkah revitalisasi sepakbola itu dinilai masih belum memiliki arah yang jelas, apakah melakukan pembenahan dalam struktur manajemen atau pembinaan. Pada kunci dari persoalan dari proses revitalisasi ini adalah perbaikan pembinaan pemain secara berjenjang, mulai dari level usia dini, junior hingga senior. Selama ini, PSSI dinilai mengabaikan proses pembinaan. Sementara revitalisasi yang dilakukan oleh kemenpora justru masih terjebak pada perbaikan manajemen, terutama yang berkaitan dengan persoalan PSSI. Para informan juga

melihat revitalisasi ini merupakan hal yang sangat positif jika mampu dilakukan oleh pemerintahan Jokowi-JK. Namun para informan menilai persoalan revitalisasi ini tidak selamanya berkaitan dengan pencitraan politik Jokowi-JK.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian ini terlihat bahwa revitalisasi sepakbola yang dilakukan oleh Kemenpora itu sangat dibutuhkan oleh publik sepakbola yang merindukan perbaikan. Untuk mewujudkan revitalisasi ini membutuhkan proses yang panjang serta fokus yang lebih jelas. Publik sepakbola sangat menginginkan revitalisasi yang didorong oleh kemenpora ini tidak hanya sebatas mempersoalkan manajerial di tubuh PSSI saja namun pemerintah bisa memberikan kontribusi lebih nyata dalam mendorong terciptanya iklim pembinaan pemain yang berjenjang. Sebagai resolusi terhadap konflik ini, pemerintah dan PSSI bisa berbagi peran untuk jangka pendek. PSSI bisa mengambil fokus membenahi timnas yang sedang hampa prestas dengan mengarahkan pembinaannya pada kompetisi atau turnamen untuk level senior. Sementara kemenpora bisa mengambil peran lebih nyata dengan mendorong tumbuhnya turnamen-turnamen untuk menciptakan iklim pembinaan usia dini yang lebih baik di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Jefkins, Frank. (1996). *Public Relations. Cetakan kedua*. Jakarta: Erlangga
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relation: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Press
- West, Richard & Lynn H Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Humanika
- Misrakandi. (2009). "Strategi Revitalisasi Gerakan Pramuka Dalam Pengembangan Kepemimpinan Pemuda". *Tesis*. Universitas Indonesia
- Risma, R. "Sistem Sosial – Teori Konflik Sosial", dilihat November 2016 di <http://www.academia.edu/8893218>

MEN-SUBJEK-KAN MASYARAKAT PERBATASAN: TELAAH ATAS PERAN MEDIA BARU DI WILAYAH PERBATASAN INDONESIA

PUJI RIANTO

(Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
Email: p.rianto1976@gmail.com)

ABSTRAK

Media baru yang mengaburkan batas antara penerima dan pemroduksi pesan menawarkan peluang bagi representasi yang lebih luas masyarakat perbatasan. Ini karena-melalui media baru-masyarakat perbatasan dapat menampilkan diri secara terbuka tanpa terkendala oleh para gate keeper media massa. Dengan begitu, mereka bisa menjadi subjek bagi dirinya sendiri dengan tampil melalui blog, facebook, twitter, dan sebagainya. Namun, persoalannya bahwa masyarakat perbatasan menghadapi kelangkaan infrastruktur dan kurangnya literasi media. Akibatnya, mereka lebih sering menjadi objek dibandingkan sebagai subjek. Tulisan ini didasarkan atas observasi dan penelitian yang penulis lakukan pada 2012 dan 2016 yang dibiayai oleh LPP RRI di wilayah perbatasan (Batam, Entikong, Nunukan, Jayapura, dan Atambua). Selama penelitian tersebut, temuan-temuan di lapangan menemukan bahwa masyarakat perbatasan termajinalkan dari sisi komunikasi. Mereka tidak terepresentasikan dengan baik sebagai subjek warga negara. Langkanya infrastruktur membuat akses mereka terhadap media terbatas. Sebaliknya, mereka lebih banyak mendapatkan informasi dari negara tetangga, terutama Malaysia dan Timor Leste. Keberadaan media baru jelas memberikan peluang yang sangat besar untuk menjadikan masyarakat perbatasan sebagai subjek. Di beberapa perbatasan, teknologi internet telah diakses dengan baik. Namun, infastruktur lainnya dan pendidikan kurang pendukung. Oleh karena itu, perlu pembangunan infrastruktur, sarana pendidikan, dan literasi digital. Tanpa itu, masyarakat perbatasan akan tetap menjadi objek dalam dunia komunikasi yang semakin global.

Kata Kunci: subjek, media baru, masyarakat perbatasan

PENDAHULUAN

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan subjek sebagai (1) pokok pembicaraan atau pokok bahasan; (2) bagian klausa yang menandai apa yang dikatakan oleh pembicara (seperti bisa dilihat dalam ‘subjek pembicaraan’ atau pokok kalimat; (3) pelaku; (4) mata pelajaran; (5) orang, tempat atau benda yang diamati dalam rangka pembuntutan sebagai sasaran. Berdasarkan makna leksikal ini, yakni makna kata yang didasarkan atas kamus, maka subjek yang dimaksud dalam makalah ini adalah subjek dalam pengertian yang pertama dan ketiga, yakni subjek sebagai pelaku. Dengan demikian, men-subjek-kan dalam judul “Men-subjek-kan Masyarakat Perbatasan” dimaksudkan sebagai pelaku. Artinya, makalah ini berusaha menghadirkan upaya-upaya untuk menjadikan masyarakat perbatasan sebagai ‘subjek’ pelaku dalam kehidupan sosial budaya, ekonomi, dan juga politik. Subjek yang secara aktif bertindak atas nama dirinya dalam kerangka kehidupan berbangsa. Gagasan ini didasari oleh latar belakang bahwa masyarakat perbatasan selama ini lebih sering menjadi

‘objek’ bagi banyak kebijakan di perbatasan yang dilakukan negara. Dalam banyak kasus, mereka dipaksa menerima segala proyek pembangunan yang dilakukan pusat tanpa melibatkannya dalam prosesnya. Masyarakat perbatasan ‘dipaksa’ menerima apa yang telah diberikan kepada pusat tanpa diberi kesempatan untuk mendefinisikan kebutuhan dan kepentingan mereka sendiri.

Di sisi lain, ‘men-subjek-kan’ dalam judul makalah ini juga berarti yang pertama, yakni sebagai pokok pembicaraan. Selain masyarakat perbatasan hanya menjadi ‘objek’ dari banyak kebijakan negara, masyarakat perbatasan sendiri jarang dihadirkan sebagai suatu topik pembicaraan. Jikapun ada pembicaraan atau representasi bagi masyarakat perbatasan maka hal itu lebih terkait dengan persoalan-persoalan politik perbatasan, yang berujung pada persoalan-persoalan keamanan dan kejahatan perbatasan. Sebaliknya, mereka tidak menjadi pokok bahasan penting sebagaimana halnya pembicaraan mengenai masyarakat dan wilayah-wilayah di pusat pemerintahan. Dengan demikian, masyarakat perbatasan tidak hanya mengalami marginalisasi geografis karena letaknya di ujung, tapi juga wacana. Padahal, dalam wacana itulah, subjek hadir.

Langkanya masyarakat perbatasan menjadi ‘pokok pembahasan penting’ dalam lanskap pembangunan negara membuat masyarakat di wilayah ini mengalami keterbelakangan pembangunan, terutama jika dibandingkan dengan kota-kota pusat. Masyarakat perbatasan karenanya hampir selalu tertinggal dalam pembangunan, baik pembangunan dalam pengertian fisik (dalam bentuk pembangunan infrastruktur) dan pembangunan sosial. Di wilayah perbatasan Kalimantan, misalnya, masyarakat Nunukan mengalami kekurangan pasokan listrik, sementara tidak jauh dari situ (Tarakan) merupakan gudang sumber daya alam minyak dan gas. Ini terjadi karena langkanya perbatasan sebagai subjek penting dalam diskusi di tingkat nasional sehingga pembangunan di wilayah perbatasan tidak menjadi prioritas. Ini terjadi terutama selama masa Orde Baru. Oleh karena itu, gagasan *centering the margin* yang dibawa oleh pemerintah Jokowi-JK menarik karena gagasan itu hendak menjadikan masyarakat perbatasan sebagai pusat aktivitas kultural, ekonomi, dan sosial. *Centering the margin* mengindikasikan bahwa daerah-daerah pinggiran menjadi subjek penting baik dalam arti subjek-pelaku maupun subjek-pokok bahasan.

Kehadiran media baru yang lebih partisipatif menciptakan harapan bagi upaya menjadi masyarakat perbatasan sebagai subjek, baik dalam pengertian pelaku maupun pokok bahasan. Seperti dikemukakan Chaffee dan Metzger (2001), media baru dalam bentuk internet dirancang untuk lebih terdesentralisasi, yang meletakkan kontrol pada semua *user*. Berbeda dengan media konvensional dimana kontrol pesan ada pada institusi media, tidak demikian dalam media baru. Dalam media baru, khalayak terlibat aktif baik dalam mencari, berhubungan, dan menyaring bentuk-bentuk pesan yang ada. Para pengguna internet atau media baru bahkan mampu menciptakan dan mendistribusikan beragam pesan komunikasi yang dulunya hanya bisa dilakukan oleh kelompok tertentu. Tulisan singkat di *facebook*, cuitan di *twitter* bisa tersirkulasikan dengan cepat karena sistem jaringan sosial yang dibangun oleh media baru. Bahkan, jika diperlukan para pengguna media baru bisa mengisolasi diri dari terpaan media massa sementara pada waktu bersamaan membangun komunitas sendiri dalam dunia maya melalui teknologi internet. Tulisan ini karenanya akan menjawab persoalan-persoalan ini. Pertanyaan yang diajukan adalah bagaimana men-subjek-kan masyarakat perbatasan, terutama dengan memanfaatkan potensi maksimal media baru? Selanjutnya, apa yang harus dilakukan agar upaya tersebut berhasil?

PEMBAHASAN

Sifat Partisipatif Media Baru

Dalam *New Media: Critical Introduction*, Lister dkk (2009) mengemukakan bahwa ketika mengambil istilah media baru maka biasanya hal itu merujuk pada enam ciri utama. *Pertama*, pengalaman-pengalaman tekstual baru (*new textual experiences*): bentuk-bentuk baru genre dan teks, hiburan, kesenangan dan pola-pola konsumsi media (permainan komputer, simulasi, efek khusus film). *Kedua*, cara-cara baru dalam merepresentasikan dunia. Media dalam cara yang tidak selalu jelas, menawarkan kemungkinan-kemungkinan representasional baru dan pengalaman-pengalaman (lingkungan virtual mendalam, layar-berbasis multimedia interaktif). *Ketiga*, bentuk-bentuk baru hubungan antarsubjek (pengguna dan konsumen) dan teknologi media. Hubungan-hubungan ini merujuk pada perubahan-perubahan dalam penggunaan dan penerimaan citra dan media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari serta pemaknaan yang diberikan oleh teknologi media. *Keempat*, pengalaman-pengalaman baru dalam hubungan-hubungan antara bentuk, identitas, dan komunitas. Dalam hal ini, telah terjadi pergeseran dalam kehidupan personal dan juga pengalaman-pengalaman sosial terkait waktu, ruang, dan tempat yang mempunyai implikasi pada cara kita mengalami diri kita sendiri dan tempat-tempat kita di dunia. Dalam ruang percakapan ‘virtual’ yang disajikan oleh media baru, para partisipan bisa melakukan percakapan melintasi batas ruang dan waktu. *Kelima*, konsepsi baru mengenai hubungan-hubungan tubuh biologis pada teknologi media. Ini merujuk pada tantangan akan pembedaan yang diterima antara manusia dan artifisial, alam dan teknologi, tubuh dan (media sebagai) prostesis teknologi, yang riil dan virtual. *Keenam*, pola-pola baru dalam organisasi dan produksi. Penataan kembali yang lebih luas dan penyatuan dalam budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol dan regulasi.

Sifat partisipatif media baru yang memungkinkan setiap penggunaannya memanfaatkan teknologi tersebut untuk berkomunikasi secara partisipatif dan interaktif, terutama akibat mengaburnya batas antara pengirim dan penerima pesan pada satu sisi, dan pergeseran khalayak massa. Hal itu bisa dilacak dalam tiga kecenderungan berikut.

Pertama, masyarakat massa mulai dipersoalkan ketika khalayak media tak lagi bisa dibedakan dengan jelas antara produsen dan ‘konsumen’ pesan media. Melalui media baru, khalayak bisa bertindak sebagai konsumen dan sekaligus produsen pesan media dalam waktu yang hampir bersamaan.

Kedua, sifat interaktivitas media baru telah menggugat sifat anonimitas masyarakat massa yang bertahun-tahun menjadi ciri khas keberadaannya ketika dikaitkan dengan komunikasi massa. Sekarang ini, khalayak bisa berinteraksi dengan khalayak lain dalam isu-isu yang diminati bersama, bahkan mampu menggalang solidaritas di tingkat *grass root* melalui situs jejaring sosial. Dalam situasi semacam ini, khalayak massa benar-benar dalam situasi yang problematis.

Ketiga, perkembangan teknologi media juga memungkinkan orang untuk ‘menikmati’ isi media melalui saluran-saluran yang jauh lebih spesifik. Melalui teknologi digital, para pengguna mempunyai lebih banyak pilihan terhadap program acara dan isi media. Akibatnya, lebih sedikit orang yang terikat pada pesan media yang sama dibandingkan pada masa-masa sebelumnya. Oleh karena itu, istilah komunikasi massa tak lagi memadai untuk menggambarkan fenomena komunikasi sekarang sebagai akibat perkembangan *computing*

dan teknologi komunikasi yang membuat batas-batas diantara bentuk-bentuk komunikasi menjadi cair (*blurred*) (Caffee dan Metzger, 2001). Bahkan, menurut Bermejo, kehadiran media baru membuat fenomena *rating* yang begitu kuat dalam industri media massa menjadi problematis (Bermejo, 2009). Ini karena orang menonton televisi tidak lagi menggunakan semata televisi konvensional yang biasanya dipasang di ruang-ruang strategis keluarga. Sebaliknya, para penikmat televisi sekarang ini bisa menyaksikan acara favorit mereka melalui streaming. Dengan demikian, ketika survei mengandalkan *people meter* yang dipasang di rumah-rumah maka *rating* benar-benar menjadi problematis. Tabel 1 menunjukkan perbedaan antara media baru atau Caffee dan Metzger menyebutnya sebagai media komunikasi dengan komunikasi massa.

Tabel 1
Perbedaan Antara “*Mass*” dan “*Media*” Komunikasi

	Mass Communication	Media Communication
Channels	Few	Many
Audience	Unified	Diverse
Control	Sender	User
Transmission	One-way, time-specific	Interactive, at convenience
Research Paradigm	Content analysis, effects on audience	Interface design, information search
Typification	Television	Video games, web sites
Motivation	Arousal	Need satisfaction
Ego Concept	Identification	Self-actualization
Social Control	Laws, profesional ethics, public education	Technical devices, monitoring
Learning	Social modeling	Experiential
Scala statistic	Number of murder a child sees by age 18	Number of murders a child commits by age 18

Pembedaan lainnya yang tidak kalah pentingnya untuk didiskusikan bahwa media baru telah membongkar struktur kerja media dan komunikasi massa. Dalam komunikasi massa, *output* media akan ditentukan oleh faktor-faktor seperti ideologi media, kekuatan-kekuatan ekstramedia, organisasi, rutinitas organisasi media, individu (Shoemaker dan Reese, 1996: 64) dan bahkan pemilik media (Keller, 2009). Dalam media baru, faktor-faktor itu hampir sama sekali bisa hilang karena individu memegang otoritas kunci dalam memproduksi pesan-pesan media. Jika dalam komunikasi massa *gate keeper* memegang peran kunci dan menentukan isu-isu penting media, dalam media baru dimana *sender* dan *receiver* berada dalam kondisi yang tumpang tindih, peran *gatekeeper* tak lagi bisa diandalkan. Barangkali memang, teknologi internet digunakan oleh media massa *mainstream*, tapi situs-situs mereka (seperti *kompas.com*, *tempo.co* dll) telah membuka ruang interaksi antara pembaca/penonton dengan khalayaknya. Dalam konteks inipun, anonimitas sebagai salah satu ciri penting khalayak massa sudah mengalami pendefinisian ulang.

Ketiadaan *gatekeeper* dalam media baru juga memungkinkan khalayak untuk memunculkan isu-isu yang tidak ‘di-cover’ media massa *mainstream*. Isu-isu marginal yang dianggap tidak penting dan tidak mempunyai nilai berita menjadi ‘heboh’ di laman-laman media baru. Bahkan, dalam beberapa kasus di Indonesia, isu-isu yang menonjol di jejaring sosial mampu mempengaruhi agenda setting media. Sifat-sifat media baru inilah yang kemudian mendorong adanya diskusi lebih luas mengenai demokratisasi yang lebih atau

bahkan radikalisme demokrasi (Rianto, 2011). Ini terjadi karena media baru membangun bentuk-bentuk baru komunikasi politik, memberikan ruang bagi diskusi publik yang lebih intens, dan bahkan membangun gerakan sosial yang lebih luas. Pada masa lalu, media massa-melalui teori *agenda setting* juga bisa mendorong solidaritas dan gerakan sosial, tapi fungsi-fungsi itu sudah sedemikian memudar. Salah satu penyebabnya hiperkomersialisasi produk media sehingga media lebih merepresentasikan diri sebagai ‘alat’ elit politik dan ekonomi dibandingkan dengan ruang publik dimana persoalan-persoalan publik didiskusikan (Chesney, 2000).

Dengan melihat keuntungan-keuntungan media baru, kiranya, tidak diragukan lagi kontribusi media ini dalam mendorong para pengguna untuk lebih aktif dalam proses komunikasi. Merepresentasikan diri mereka sendiri dengan proses komunikasi yang lebih partisipatif. Seperti ditegaskan oleh Hartley (2010: 188), media baru, sebagai contoh game komputer merupakan media interaktif antara pengguna dan perusahaan pembuatnya, dengan proporsi isi sebenarnya datang dari konsumen yang menjadi lebih seperti rekan kerja ketimbang klien penyedia isi media. Dengan kata lain, model media satu untuk semua (*one-to-many*) telah digantikan dan sekarang ‘isi’ telah terintegrasi dengan telekomunikasi dan interaktivitas komputer, yang memungkinkan komunikasi ‘banyak-ke-banyak, termasuk individu-ke-individu pribadi yang lain.

Masalah di Perbatasan: Infrastruktur dan Persoalan Representasi

Pada 2014, ketika saya dan teman-teman melakukan penelitian di daerah perbatasan mengenai peran LPP RRI dalam mengonstruksikan Indonesia di perbatasan, infrastruktur menjadi persoalan yang sangat penting. Diantara isu pembangunan infrastruktur, sarana jalan atau transportasi, pendidikan, dan sarana kesehatan menjadi isu yang menonjol yang menurut mereka layak diangkat ke tingkat nasional. Di Entikong, oleh karena persoalan transportasi dan sarana kesehatan yang buruk, penduduk di daerah itu lebih banyak berobat ke Malaysia. Di Boven Digul, masyarakat bahkan harus berjalan beberapa jam hanya untuk mendapatkan layanan puskesmas. Terkait infrastruktur, penelitian tersebut menyimpulkan sebagai berikut.

Di hampir seluruh wilayah yang menjadi lokasi penelitian, yakni Boven Digoel, Atambua, Entikong, Nunukan, dan Batam kondisi masyarakatnya relatif miskin dan terbelakang. Barangkali, hanya di Batam dimana wilayah perbatasan menjadi pusat industri dan pembangunan. Ini menjadikan Batam jauh lebih maju dibandingkan daerah-daerah perbatasan lainnya, tapi, secara umum, wilayah ini tetap kalah jauh dibandingkan dengan Singapura. Sementara di wilayah-wilayah lainnya, pembangunan infrastruktur jauh tertinggal. Di daerah perbatasan seperti Entikong, Nunukan, dan Boven Digoel, infrastruktur jalan, listrik, infrastruktur pendidikan dan kesehatan sangat minim. Secara keseluruhan, daerah-daerah perbatasan Indonesia dilihat dari infrastruktur dan kesejahteraan masyarakat kalah dibandingkan dengan negara tetangga. Bahkan, di Atambua sekalipun, dimana mereka berhadapan langsung dengan Timor Leste yang sebelumnya menjadi bagian dari Indonesia (Rianto dkk, 2014: 255).

Bukan hanya persoalan infrastruktur, masyarakat perbatasan juga lebih menjadi objek dibandingkan sebagai subjek. Bahkan, dalam pembangunan yang diorientasikan secara khusus untuk masyarakat perbatasan. Ini, misalnya, terefleksi dalam kutipan dari salah seorang informan di Entikong, Antonius Angeu berikut.

Kita selama ini program yang dibuat oleh BNPP itu, kita tidak tahu. Jadi kalau ada program dari BNPP kita terima saja. Misalkan jalan kan. Kita *nggak* tahu itu dari mana, itu mereka mau bikin apa gitu. Makanya saya mintalah BNPP atau pemerintah pusat dalam mengelola perbatasan itu harus mendengarkan dari masyarakat langsung, mana sih yang lebih tepat untuk dibangun. Jangan langsung tembak-tembak sajarah program itu. Atau bisa saja program itu untuk mencari keuntungan saja kan. Kalau misalnya koordinasi bekerja sama dengan pemerintah setempat atau masyarakat itu kan lebih efektif. Kita lebih tahu mana sih yang prioritas atau lebih diperlukan (Rianto dkk, 2014: 135).

Keberadaan masyarakat perbatasan yang lebih menjadi objek ketimbang subjek juga berimbang pada langkanya representasi dalam wacana nasional. Seperti dikemukakan Daud Arfussau, dalam konteks pemberitaan RRI tentang pembangunan di Boven Digoel, adalah sangat penting untuk memberikan informasi kepada masyarakat di daerah lain agar mereka mengetahui kondisi dan perkembangan di daerah perbatasan. Informasi ke luar seperti ini memiliki peran penting dalam membuka wawasan publik di luar daerah agar mereka memahami apa yang terjadi di perbatasan. Informasi ini bagi publik, terutama yang menaruh perhatian dan kepedulian dengan persoalan pembangunan di daerah perbatasan, dapat dijadikan rujukan untuk ikut turut serta memantau proses pembangunan di perbatasan dan memberikan dukungan kepada masyarakat setempat. Informasi yang disiarkan oleh RRI tentang daerahnya dapat berfungsi sebagai ‘penyambung lidah’ masyarakat untuk dapat meyakinkan pemerintah pusat tentang perlunya pemecahan permasalahan di daerah (lihat Rianto dkk, 2014). Kasus tentang kurang terpeliharanya artefak sejarah di Boven Digoel, menurut Yeyasa Merasi, Wakil Bupati Boven Digoel, misalnya, perlu disoroti oleh RRI agar pemerintah pusat dapat membantu pemerintah daerah melestarikannya. Begitu pula dengan kasus tentang pengungsi di PNG yang menginginkan kembali ke tanah air juga, selayaknya disiarkan oleh RRI untuk mendapatkan respon dari pemerintah pusat. Yeyasa Merasi, misalnya, menunjukkan bagaimana siaran RRI berpotensi membuat perubahan di daerah sebagaimana bisa dilihat dalam kutipan berikut.

Contohnya kemarin, kita mengangkat masalah masyarakat di perbatasan yang hendak kembali ke Indonesia dalam program Indonesia Menyapa. Saya yang mengangkat topik itu. Kebetulan saat itu ada masyarakat yang ingin kembali pulang ke Indonesia. Mereka di perbatasan. Namun, masalahnya, akses jalannya tidak lancar dan perhatian pemerintah kurang. Akibat siaran itu, kita sebenarnya juga sudah mendapat perhatian (dari pusat) (Rianto dkk, 2014: 51).

Kutipan di atas merefleksikan bahwa masyarakat perbatasan mengalami krisis representasi. Sebaliknya, mereka lebih banyak mendengarkan dari luar dibandingkan dengan pihak luar. Sentralisme media massa memperparah kondisi ini. Siaran yang Jakarta centris menciptakan marginalisasi masyarakat perbatasan sehingga tidak menjadikannya sebagai pusat perbincangan dalam wacana nasional. Sebaliknya, wacana lebih didominasi oleh isu-isu yang berputar di Jawa terutama Jakarta.

Centering the Margin: Masyarakat sebagai Pelaku dan Pokok Pembicaraan

Peter Burke (2011: 118) mengemukakan bahwa ‘daerah pinggiran’ adalah konsep yang relatif baru muncul sebagai akibat adanya perdebatan diantara ekonomi pembangunan seperti Raul Prebisch, Andre Gunder Frnak dan juga Paul Baran. Dengan mengikuti analisis Lein dan Marx, dikemukakan bahwa dalam konteks pusat dan pinggiran ini, “Ibu kota menyedot

surplus ekonomi daerah-daerah satelit dan menggunakannya untuk kepentingan pembangunan ibu kota itu sendiri” (lihat Burke, 2011: 118).

Burke lebih jauh mengemukakan bahwa pusat dan pinggiran dalam perkembangannya tidak lagi semata digunakan untuk pembangunan ekonomi kapitalis, tapi juga digunakan dalam analisis bidang politik hingga kebudayaan. Dengan merujuk pada studi yang dilakukan William McNeil mengenai Ottoman Turki, Burke mengemukakan bahwa “pusat dapat terus memperpanjang keberadaan kekuatan militernya dalam skala besar hanya dengan cara meneror masyarakat daerah pinggiran’ (Burke, 2011: 119). Penaklukan tersebut menurut Burke telah memungkinkan kekaisaran mendapatkan harta rampasan yang menghindarkan dirinya dari melakukan eksploitasi terhadap masyarakat petani di dekat kota. Ini pada akhirnya mendorong Ottoman untuk terus melakukan invasi hingga akhirnya mencapai batas yang tidak bisa lagi dikontrol, dan hal itu menciptakan tercerai-berainya politik.

Dalam konteks pusat kebudayaan, Edward Shils telah menganalisis apa yang dimaksudkan sebagai sistem nilai pusat dan sistem kelembagaan pusat yang disahkan oleh sistem tersebut (Burke, 2011: 122). Mengutip Shils, Burke menuliskan hal itu sebagai berikut.

Disebut pusat karena hubungan dekatnya dengan apa yang diyakini masyarakat sebagai sakral; dan dikatakan pusat karena didukung oleh pejabat-pejabat yang berkuasa dalam masyarakat. Kedua macam sentralitas itu memang memiliki kaitan yang amat penting. masing-masing menentukan dan mendukung satu sama lain.

Analisis lebih lanjut mengenai daerah pinggiran dan pusat dilakukan dengan mengaitkannya dengan daerah perbatasan. Sebagaimana dikemukakan Burke (2011: 124), “Pendekatan yang lebih positif dan konstruktif terhadap pinggiran mungkin dengan menganalisisnya sebagai daerah perbatasan..., sebagai daerah yang menginginkan kebebasan dan kesetaraan, tempat berlindungnya para pemberontak dan penyebar berita bid’ah”.

Gagasan Burke yang belakangan ini tampaknya *compatible* dengan apa yang terjadi di Indonesia, terutama selama masa Orde Baru dan awal reformasi. Pada satu sisi, ada aspirasi yang luas dari masyarakat perbatasan akan kebebasan dan kesetaraan, tapi di sisi lain mereka menghadapi pemarginalan yang terus-menerus. Baru pada masa pemerintahan Jokowi-JK, gagasan centering the margin mulai digerakkan. Gagasan dasarnya adalah meletakkan pinggiran sebagai pusat dari aktivitas ekonomi, politik, dan budaya.

PENUTUP

Sifat partisipatif media baru tak ayal menjanjikan bagi upaya menghadirkan masyarakat perbatasan sebagai subjek dalam kehidupan ekonomi, politik, dan sosial budaya. Meskipun demikian, ada satu soal terkait hal ini, yakni kelangkaan infrastruktur dan kondisi sosial ekonomi. Persoalan infrastruktur yang dihadapi masyarakat perbatasan meliputi diantaranya infrastruktur jalan, pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur lainnya terutama kelangkaan listrik. Di Nunukan, misalnya, masyarakat mengandalkan genzet karena listrik PLN sering mati. Sementara itu, kelangkaan infrastruktur komunikasi membuat masyarakat tidak mudah untuk mendapatkan siaran nasional. Signal handphone juga relatif kurang bagus. Sebaliknya, mereka lebih sering mendapatkan siaran dari negara tetangga. Meskipun pemerintah telah

mencanangkan pembangunan ring palapa dan broadband masuk ke wilayah perbatasan, tapi langkanya sumber daya manusia sebagai akibat kurangnya pendidikan menciptakan persoalan literasi media. Sebagian wilayah perbatasan, sebagian telah mengakses internet dengan baik tapi bagaimana internet itu digunakan masih menimbulkan persoalan.

Penelitian dan observasi selama bulan Agustus-September 2016 di Batam, Nunukan, Entikong, Atambua, dan Jayapura menemukan hal yang lebih positif. Kebijakan centering the margin yang dilakukan pemerintahan Jokowi-JK terutama di bidang telekomunikasi telah memungkinkan daerah perbatasan mendapatkan signal handphone yang jauh lebih baik. Kunjungan yang saya lakukan di Atambua dan Nunukan, misalnya, menemukan akses internet yang jauh lebih baik. Di Atambua, internet mempunyai kecepatan yang cukup untuk mengunduh gambar dan menonton siaran youtube. Di Nunukan, juga demikian. Dibandingkan dengan tahun 2007 ketika pertama kali saya berkunjung ke wilayah itu, kondisinya sudah sangat jauh berbeda. Pada 2007, koran terbatas dan hanya ditemukan ketika orang luar masuk membawa koran. Sekarang, koran jauh lebih mudah ditemukan. Namun, kendala utamanya adalah ketiadaan listrik yang mencukupi. RRI bahkan mengalami kesulitan karena kurangnya pasokan listrik PLN.

Hasil pembangunan dalam beberapa tahun belakang telah bisa dirasakan di wilayah perbatasan, utamanya di bidang telekomunikasi telah membuka keterisolasian wilayah itu dari dunia luar. Masuknya internet memungkinkan masyarakat untuk mempresentasikan dirinya ke dunia, tidak hanya Indonesia tapi juga ke seluruh dunia. Namun, masalahnya adalah pada literasi. Internet mungkin akan mentransformasikan masyarakat menjadi pelaku dan subjek dalam dunia sosial dan politik yang luas. Namun, hal itu hanya mungkin jika para penggunanya cukup literate untuk menggunakan teknologi secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Bermejo, Fernando (2009). "Audience Manufacture in Historical Perspective: From Broadcasting to Google," *New Media & Society*, Sage Publication, hal. 133-154
- Burke, Peter (2011). *Sejarah dan Teori Sosial*. terjemahan Mestika Zed dan Zulfami. Jakarta: Yayasan Obor
- Hartley, John (2010). *Communication, Cultural, and Media Studies: Konsep Kunci*, Yogyakarta: Jalasutra
- Keller, Annet (2009). *Tantangan dari Dalam: Otonomi Redaksi di 4 Media Cetak Nasional (Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, dan Republika)*, Jakarta: FES
- Lister, Martin; John Dovey, Seth Giddings, Iain Grant & Kieran Kelly (2009). *New Media: Critical Introduction*. second edition. London and New York: Routledge
- McChesney, Robert W., (2000). *Rich Media, Poor Democracy: Communication in Dubious Times*, New York: The New Press
- Rianto, Puji; Wisnu Martha Adiputra, Anna Susilaningtyas, Rahayu, Novi Kurnia, Intania P, Maulin Niam, Ayya Sofia (2014). *Peran LPP RRI dalam Mengonstruksikan Identitas Nasional Indonesia di Wilayah Perbatasan*, Jakarta: Puslitbangdiklat LPP RRI
- Rianto, Puji (2011). "ICTs: Keterbukaan Informasi dan Tantangan Baru bagi Pemerintah". Dalam S Arifianto (ed.). *Membangun Keterbukaan Informasi Publik Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: Puslitbangdiklat Aplikasi Informatika

Shoemaker, Pamela J. & Stephen D. Reese (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Second Edition. New York: Longman

Stephen H Chaffee dan Mirriam J. Metzger, (2001). "The End of Mass Communication?" *Mass Communication & Society*, 2001, 4(4), 365-379

PRIMORDIALISME SEMU VERSUS GERAKAN ANTIKORUPSI (Studi Kritis Pemberitaan Tangkap Tangan Irman Gusman di Media Daring Sumatera Barat dan Nasional)

Mohammad Isa Gautama

Jurusan Sosiologi-Universitas Negeri Padang
Kampus Universitas Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar, Padang
mohammadisagautama@yahoo.co.uk

ABSTRAK

Korupsi merupakan endemik paling berbahaya saat ini di Indonesia, dampak negatifnya tidak saja merambah sisi ekonomi, namun juga mendegradasi nilai-nilai dan standar moral di tengah masyarakat. Berbagai barometer baik di tingkat nasional maupun internasional, masih menempatkan Indonesia sebagai negara korup. Korupsi dilakukan di berbagai level, mulai dari level terendah hingga para pejabat publik, bahkan pejabat tinggi negara. Baru-baru ini korupsi juga dilakukan oleh Ketua Dewan Perwakilan Daerah, Irman Gusman. Media massa memberitakannya secara gencar, tak terkecuali media lokal dan nasional. Penelitian ini menganalisis pemberitaan tindak korupsi yang dilakukan Irman Gusman sebagai tokoh elit politik yang dimuat di media daring lokal dan nasional. Peneliti menggunakan Analisis Wacana Kritis (CDA) melalui pendekatan Analisis Framing versi Robert N. Entman. Data yang dikumpulkan bersumber dari pemberitaan dua media daring nasional (kompas.com dan detik.com), serta dua media daring lokal di Sumatera Barat (covesia.com, gosumbar.com, dan klikpositif.com). Pertanyaan utama studi adalah: Bagaimana proses seleksi berita serta penonjolan pada aspek tertentu tergambar dalam pemberitaan di masing-masing media sekaitan dengan pembentukan opini masyarakat? Kedua, posisi apa yang dipilih oleh media bersangkutan dalam hal pemberitaan kasus Irman Gusman sekaitan agenda pemberantasan korupsi di Indonesia dewasa ini? Temuan utama penelitian adalah terdapat bias primordialisme semu yang bersumber dari pemahaman subjektif dalam pemberitaan media daring lokal. Sebaliknya, media nasional secara implisit cukup konsisten memprioritaskan agenda kampanye antikorupsi secara proporsional dalam pemberitaannya. Hal ini memperkuat konsep dasar analisis wacana bahwa media ternyata tidaklah benar-benar netral dalam memberitakan apa pun, lebih-lebih yang menyangkut kepentingan sosial-politik dan budaya.

Kata Kunci: korupsi, pemberitaan, analisis framing, primordialisme.

PENDAHULUAN

Tidak ada yang bisa membantah, korupsi merupakan permasalahan bangsa ini. Korupsi menggurita di seluruh level dan kalangan, menerabas profesi, gender, dilakukan oleh kalangan sipil-militer, pejabat dan pengusaha, penegak hukum dan masyarakat biasa, bahkan para ulama dan rohaniwan. Sudah tidak perlu ditegaskan lagi, korupsi adalah masalah utama bangsa kita, meskipun negara ini telah merdeka, namun efek pembangunan belum dirasakan oleh banyak warga bangsa, karena korupsi merajajela (Indrayana, 2016: 1).

Sebagai pedoman paling umum mengukur parahnya kondisi negara ini disebabkan oleh tindak korupsi, maka ranking Indonesia dari tahun ke tahun masih saja memprihatinkan. Meski sudah mengalami perbaikan, namun perubahannya belum signifikan. Data dari *Transparency International*, Indeks Persepsi Korupsi (IPK) Indonesia termutakhir, per-Desember 2015, Indonesia masih menempati peringkat urutan 88 dari 168 negara yang diukur, mendapatkan poin sebesar 36. Skor ini Cuma naik 2 poin dan naik 19 peringkat dari tahun sebelumnya yang 117. Banyak pakar yang mengatakan bahwa kenaikan ini lebih banyak disebabkan bukan oleh tren positif secara internal, melainkan karena tren di negara-negara belahan dunia lain yang secara umum jauh lebih negatif. Kenaikan tersebut belum mampu menandingi skor dan peringkat yang dimiliki oleh Malaysia (50), dan Singapura (85), dan sedikit di bawah Thailand (38).

Sebagai perbandingan, skor 36 itu hanya naik 2 poin dari tahun sebelumnya, karena tahun sebelumnya Indonesia hanya meraih skor 34 dan menempati posisi 107 dari 175 negara yang diukur (Transparansi Internasional Indonesia: 2014). Tahun sebelumnya, 2013, Indonesia berada di urutan 114 dengan poin 32 (TII: 2013). Menyedihkan sekali, Indonesia masih jauh berada di bawah Singapura (86), Hongkong (75), Taiwan (61), Korea Selatan (55), dan Tiongkok (40). Di ASEAN, skor Indonesia jauh berada di bawah Brunei (60) dan Malaysia (50), dan masih sedikit di bawah Filipina (36), dan Thailand (35).

Secara singkat, Schütte (2011: 355) mengatakan setidaknya ada tiga garis besar kerugian yang diakibatkan oleh korupsi, yaitu mengacaukan pasar dan perekonomian, membuyarkan investasi yang akan masuk ke dalam negeri, serta menggerogoti legitimasi dan kewibawaan pemerintah sekaligus memiskinkan masyarakat yang sudah miskin. Kerugian dan dampak kerusakan korupsi secara implisit tak pelak dan diyakini juga merambah pada faktor moral dan kognisi masyarakat.

Smilov (2009) menyebutkan ada enam elemen yang akan menjadi kekuatan ampuh sebagai katalisator gerakan anti korupsi. Keenam elemen itu adalah media, politikus, lembaga peradilan (yudikatif), kepolisian dan kejaksaan, masyarakat sipil/LSM, dan para pengusaha/pebisnis. Keenam elemen ini harus bisa bersinergi, memiliki agenda utama dalam setiap programnya untuk tidak saja membasmi kasus-kasus korupsi, namun juga mampu menerapkan *preventif system* (sistem yang mampu mencegah) di lembaganya masing-masing. Beranjak dari hal ini, tanpa menafikan lima elemen lainnya, media merupakan salah satu ujung tombak yang tidak diragukan lagi efeknya dalam mengkampanyekan gerakan antikorupsi. Apa pun yang diberitakan dan dipublikasikan oleh media, menyangkut tema antikorupsi, merupakan sarana edukasi bagi masyarakat akan bahaya korupsi. Terlebih, media memiliki empat fungsi, yang salah satunya adalah sebagai kontrol sosial di tengah masyarakat.

Di lain literatur kita temukan pendapat Gillespie dan Okruhlik (1991, dalam Mochtar, 2016: xvii) yang mengatakan, ada empat strategi pemberantasan korupsi yang dapat dilakukan, yakni (1) strategi terkait masyarakat; (2) strategi terkait hukum; (3) strategi terkait pasar; serta (4) strategi terkait politik. Sekaitan empat strategi dimaksud, strategi pertama (terkait masyarakat) membutuhkan media sebagai sarana ekspresi dan kontrol terhadap tindak korupsi. Tidak bisa dinafikan, betapa media, sebagai salah satu pilar demokrasi, merupakan alat ampuh menyuarakan kepentingan yang menyuarakan aspirasi yang prorakyat. Sebagai sebuah endemik yang menjangkiti masyarakat secara multidimensional, maka media, tak

terkecuali media dalam jaringan, memainkan peranan penting akan bagaimana gerakan antikorupsi dibangun di tengah masyarakat.

Lebih jauh, disebabkan dampaknya dan prakteknya yang menyelusup jauh ke relung sosial-budaya masyarakat, disinyalir korupsi. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Robertson dan Snape, didapat sebuah temuan, bahwa korupsi juga berdampak pada budaya sehari-hari di tengah masyarakat. Sudah menjadi rahasia umum, betapa berbagai kongkalingkong antara masyarakat awam dengan otoritas pemerintah selalu dibalut dalam sebuah praktek suap-menyuap (Robertson-Snape, 1999: 591).

Pada tataran ini, konsep paradigma kaum konstruksionis seperti bertemu ruas dengan bukunya dengan usaha media mengkampanyekan gerakan antikorupsi. Media bisa dikonstruksi sedemikian rupa agar menjadi alat yang ampuh dalam meminimalisir tradisi atau budaya korupsi yang sudah demikian menggejala di tengah masyarakat Indonesia. Sebagai sebuah realitas sosial yang negatif, korupsi harus bisa diredam oleh media. Sejalan dengan paradigma yang disampaikan Peter D. Moss (1999, dalam Mulyana, 2002: x), wacana media massa, termasuk berita di surat kabar (dan juga media dalam jaringan, pen), merupakan konstruk kultural yang dihasilkan ideologi karena, sebagai produk media massa, berita menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial.

Lebih jauh, Peter Dahlgren (1991: 192), mengatakan, realitas sosial, menurut pandangan konstruktivis (fenomenologis), setidaknya sebagian, adalah produksi manusia, hasil proses budaya, termasuk penggunaan bahasa. Deddy Mulyana secara gamblang mengatakan, makna suatu peristiwa, yang diproduksi dan disebarluaskan oleh media, sebenarnya adalah suatu konstruksi makna yang temporer, rentan, dan terkadang muskil, peristiwa-peristiwa yang dilaporkan surat kabar, berita sekalipun, jelas bukan berita sebenarnya. Proses persepsi selektif yang dilakukan wartawan dan editor, disadari atau tidak, berperan dalam menghasilkan judul, menandakan penting atau tidak pentingnya berita, komentar mana yang ditampilkan atau dibuang, yang sedikit banyak akan menunjukkan keberpihakan surat kabar itu sendiri (2002: xii).

Van Dijk (1997: 2) mengatakan bahwa ada tiga dimensi yang terkandung dalam *discourse* (wacana). Yang pertama yaitu *language use*, penggunaan bahasa. Kedua, kognisi (*communication of beliefs*), serta *interaction in social situation*, dinamika interaksi yang berasal dari dinamika masyarakat. Konsekuensinya, analisis wacana memerlukan kajian studi antar disiplin, seperti linguistik, psikologi, dan ilmu sosial. Salah satu pertanyaan yang bisa dimunculkan adalah, bagaimana kognisi masyarakat mempengaruhi cara berinteraksi dan memahami sebuah isu tertentu? Dalam bahasa yang lebih umum, analisis wacana mensyaratkan kajian yang menyigi hubungan antara penggunaan bahasa, kepercayaan yang berkembang di tengah masyarakat yang ikut mempengaruhinya, serta bagaimana interaksi yang menggejala di masyarakat tersebut.

Menyambung rekomendasi Van Dijk tersebut, maka penelitian ini akan melandaskan teorinya pada paradigma konstruksionis yang terutama dipelopori oleh Berger, Luckman, dan Erving Goffman. Berger dan Luckmann mengatakan bahwa realitas sosial terdiri dari tiga macam; yaitu realitas subjektif, realitas objektif dan realitas simbolik. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk, Sementara itu, realitas subjektif adalah realitas

objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi (Subiakto 1997, dalam Bungin, 2012).

Lebih lanjut, tesis utama dari Berger adalah manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus menerus. Masyarakat tidak lain adalah produk manusia, namun secara terus-menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya (Eriyanto, 2002: 13-14). Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas (Eriyanto, 2002: 15).

Ada pun landasan filosofis dari paham konstruktivisme adalah; konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang di sekitarnya. Individu kemudian membangun sendiri pengetahuan atas realitas yang dilihat itu berdasarkan pada struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya, yang oleh Piaget (Suparno, 1997, dalam Bungin, 2008: 14) disebut dengan skema/skemata. Konstruktivisme macam inilah yang oleh Berger dan Luckmann disebut dengan konstruksi sosial.

Analisis framing adalah salah satu dari berbagai varian dalam metode analisis wacana/isi dalam penelitian teks media. Sobur (2004) mengatakan, selain analisis framing, juga ada analisis isi *agenda setting* dan analisis semiotika sosial. Ketiganya masuk ke dalam kelompok paradigma konstruktivisme yang percaya bahwa apa pun yang dikemas dan ditampilkan oleh media merupakan hasil konstruksi dan campur tangan dari para aktor di belakangnya, dalam hal ini wartawan dan jurnalis sebagai pengolah berita. Lebih jauh, Menurut Sobur (2004; 162), analisis framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Senada dengan hal di atas, analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media, pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi (Eriyanto, 2002: 3). Eriyanto menjelaskan lebih detail, realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu. Hasilnya, pemberitaan media atau pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan.

Menurut Ibnu Hamad, setiap hasil laporan adalah hasil konstruksi realitas atas kejadian yang dilaporkan (Hamad, 2004; 11). Jadi, apa yang disampaikan media adalah laporan mengenai realitas yang telah dikonstruksikan berdasarkan sudut pandang media. Lebih lanjut Hamad mengatakan, seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna. Maksudnya adalah, apa yang dikonstruksikan media bukan semata-mata tanpa maksud dan tujuan. Semua dilakukan untuk menceritakan kembali realitas kepada khalayak, namun dari sudut pandang media.

Dalam ranah kajian analisis framing di tanah air, maka buku yang ditulis oleh Eriyanto, bertajuk Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media, kerap dijadikan landasan literatur utama (terbit pertama kali 2002). Dalam bukunya tersebut, penulis secara sistematis menjelaskan tidak saja konsep dasar dan landasan filosofis mengenai apa itu analisis framing, namun juga menjelaskan secara mendetail dan menarik mengenai varian

analisis framing. Terdapat setidaknya empat varian analisis framing. Yang pertama versi Murray Edelman, yang menekankan pada konsep kategorisasi dan hubungannya dengan ideologi (2002: 155). Kedua, versi Robert N. Entman yang menekankan pada perangkat framing dan efek framing merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Versi ketiga adalah berdasarkan model William A. Gamson, menurut Gamson fungsi framing adalah untuk menghubungkan wacana yang ada di media dengan pendapat umum yang sedang berkembang mengenai suatu peristiwa yang terjadi. Sementara model yang keempat, dikonsepsi oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan. Pertama, dalam konsepsi psikologis. Framing dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Framing berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Kedua, konsepsi sosiologis, pandangan sosiologis lebih melihat bagaimana konstruksi sosial atas realitas (Eriyanto, 2002: 252-253). Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dibagi ke dalam empat struktur besar, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Berdasarkan latar belakang, fenomena, permasalahan, konsep dasar, dan teori yang relevan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu bagaimana media dalam jaringan (*on line media*) menampilkan dan mengemas serta mengkonstruksi berita langsung (*straight news*) tentang Operasi Tangkap Tangan yang dilakukan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia terhadap ketua Dewan Perwakilan Daerah periode 2014-2019, Irman Gusman, pada 17 September 2016 lalu. Sebagaimana diketahui, Irman Gusman adalah putra asli berasal dari Sumatera Barat, merupakan tokoh muda politikus Indonesia yang melesat karirnya. Ia dilahirkan di Padang Panjang, 11 Februari 1962 dan mengawali karirnya di pentas politik nasional sejak menjadi anggota MPR Utusan Daerah pada 1999 (Chaniago, 2010: 329). Menilik ini, adalah menarik dan penting meneliti sejauh mana media daring di Sumatera Barat memberitakan kasus OTT terhadap Irman Gusman, mengingat selama ini Irman Gusman merupakan salah satu putra terbaik kebanggaan masyarakat etnis minang. Lebih jauh, penelitian ini berusaha melihat konstruksi realitas dalam media daring Sumbar yang bisa jadi diterpa bias primordialisme budaya Minang.

Berdasarkan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui dan memahami sejauh mana aktor di balik penulisan berita membingkai dan mengkonstruksikan realitas berita yang ada maka digunakan analisis framing versi Robert Entman. Framing Entman sendiri menekankan bagaimana proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu tergambar dari realitas yang ditangkap dari pemberitaan media.

Analisis Framing milik Robert N. Entman ini dibagi menjadi empat elemen yaitu: *Define Problems* (pendefinisian masalah), yaitu bagaimana suatu peristiwa dilihat sebagai apa, *Diagnose Causes* (memperkirakan penyebab masalah), memperkirakan masalah atau sumber dari masalah, *Make Moral Judgement* (membuat pilihan moral), nilai moral apa yang ingin disajikan dalam berita, *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian), yaitu penyelesaian apa yang ingin ditawarkan untuk mengatasi konflik tersebut (Eriyanto, 2002: 223)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memilih corak kualitatif sebagai tipe penelitian. Menurut Moleong (2007: 4), metodologi kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada kata-kata yang tertulis maupun secara lisan dari tindakan bisa yang dilihat. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dikarenakan peneliti ingin menganalisa fenomena media dalam mengkonstruksi suatu kasus atau realitas dalam berita. Dalam hal ini, pemberitaan Operasi Tangkap Tangan Ketua DPD-RI Irman Gusman pada 17 September 2016 merupakan objek penelitian. Pola penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif-analitis. Yaitu pemaparan atas data atau uraian dan penafsiran terhadap pembingkai berita hasil konstruksi tertentu dari penulisnya dan peneliti berusaha membahasnya sesuai dengan teori dan konsep relevan.

Dalam penelitian ini, model analisis framing yang digunakan adalah model framing dari Robert Entman. Dalam framing Entman, konsep yang paling mendasar adalah merujuk pada bagaimana memberikan definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang ada.

Untuk mengetahui bagaimana pemberitaan proses tangkap tangan terhadap Irman Gusman dibingkai oleh media, peneliti mengambil teks pemberitaan dari empat media daring, masing-masing dua media daring nasional, dan dua media daring daerah. Keempat media daring dipilih terutama berdasarkan peringkat nasional dari situs alexa.com, yang dengan kontinu mengukur jumlah pengunjung yang mengakses seluruh media di dunia, baik media komersial, nonkomersial, dan media berita, setiap detiknya.

Dari data yang didapat alexa.com, maka *kompas.com*, dan *detik.com* merupakan media daring yang masuk ke dalam ranking 10 besar untuk skala nasional. Terbukti, *detik.com* menduduki peringkat 213 secara global, dan peringkat 6 secara nasional. Sementara, *kompas.com* menduduki peringkat 343 secara global, dan peringkat 10 secara nasional.

Di lain pihak, menilik urutan peringkat lalu lintas akses dan jumlah total pengunjung untuk media berita di Sumatera Barat, maka peringkat *klikpositif.com* termasuk paling tinggi, dengan mencapai ranking 1429 untuk nasional. Ada pun *harianhaluan.com* menduduki peringkat kedua di Sumbar, dengan menduduki ranking 2134 secara nasional, diikuti oleh *hariansinggalang.co.id*, yang menduduki peringkat 4006 secara nasional. Sementara itu, *gosumbar.com* membuntuti di belakang *hariansinggalang.co.id* untuk kategori media berita di Sumbar, menduduki urutan 4484.

Karena alasan argumentatif, maka peneliti akhirnya memilih *klikpositif.com*, dan *gosumbar.com* sebagai dua media daring yang merupakan representasi media daring dari daerah (dalam hal ini Sumatera Barat) untuk dijadikan data primer penelitian. Alasan peneliti untuk tidak memasukkan *harianhaluan.com*, dan *hariansinggalang.co.id* sebagai objek penelitian, karena kedua situs tersebut adalah edisi internet dari dua koran yang terbit secara cetak di Sumbar, yaitu Harian Haluan (terbit sejak 1948), dan Harian Singgalang (terbit sejak 1969).

Sebagai gambaran singkat, maka keempat media daring dideskripsikan profilnya berdasarkan penjelasan yang didapat peneliti langsung dari media tersebut.

Detik.com ialah sebuah portal web yang berisi [berita](#) dan artikel [daring](#) di [Indonesia](#). detikcom merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, detikcom hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, detikcom merupakan yang

terdepan dalam hal berita-berita baru (*breaking news*). Sejak tanggal 3 Agustus 2011, detikcom menjadi bagian dari [PT Trans Corporation](#), salah satu anak perusahaan [CT Corp](#).

Kompas.com dimulai pada tahun 1995 dengan nama Kompas Online. Kompas Online pada awalnya hanya berperan sebagai edisi internet dari Harian Kompas. Kemudian tahun 1998 Kompas Online bertransformasi menjadi Kompas.com dengan berfokus pada pengembangan isi, desain, dan strategi pemasaran yang baru. Kompas.com pun memulai langkahnya sebagai portal berita terpercaya di Indonesia.

Klikpositif.com merupakan unit usaha di bawah PT KLIKPOSITIF MEDIA SIBER. Holding perusahaan di bawah naungan PT Radio Gema Karang Putih, anak perusahaan dari PT. Semen Padang, yang menaungi bisnis media online, radio, dan *event organizer*.

Portal Berita GoSumbar.com diterbitkan secara resmi oleh PT Gema Informasi Sumatera Barat sejak 7 Desember 2015. Sebagaimana dikutip dari lamannya, GoSumbar.com hadir dalam rangka membuka ruang bagi masyarakat memperoleh informasi yang cepat, mendidik, akurat dan terpercaya. GoSumbar dibangun oleh empat jurnalis asal Sumatera Barat (Hermanto Sikumbang, Marjeni Rokcalva, Jontra Manvi Bahkra dan Syafri Yanto).

Ada pun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan memilih pemberitaan *straight news* yang diunggah pada 17 September 2016 di empat media daring dimaksud. Sebagaimana diketahui, 17 September 2016 adalah hari di saat Komisi Pemberantasan Korupsi melakukan Operasi Tangkap Tangan terhadap Irman Gusman di kediamannya, kompleks para pejabat tinggi negara, Jakarta.

Pada survey awal, terdapat sangat banyak jumlah total *straight news* yang diunggah di media daring nasional, *detik.com* dan *kompas.com*. Ada pun di *detik.com*, terdapat 43 buah pemberitaan yang menyoal sejak dari desas-desus OTT Irman Gusman, sampai hal-hal lain yang tidak terlalu berhubungan langsung dengan peristiwa inti. Tidak jauh berbeda dengan *detik.com*, *kompas.com* juga mengunggah 30-an berita sepanjang hari tersebut seputar Operasi Tangkap Tangan Irman Gusman. Yang menarik, di media daring *kompas.com* tersedia pilihan sub-rubrikasi berita headline, sehingga untuk topik OTT Irman Gusman hal ini memudahkan peneliti untuk memilih 5 di antaranya untuk dijadikan objek penelitian, disebabkan jumlah berita headline sekaitan topik tersebut jumlahnya tidak terlalu banyak, yaitu hanya 12 berita. Sebaliknya, media daring Sumatera Barat, *klikpositif.com* dan *gosumbar.com* 'hanya' mengunggah sebanyak 15-20 berita seputar OTT Irman Gusman pada 17/9/2016.

Peneliti akhirnya menyeleksi lima saja dari berita yang ada dari masing-masing media daring, fokus pada beberapa aspek. Aspek pertama, berita yang dijadikan sumber analisis penelitian adalah berita yang benar-benar mendeskripsikan peristiwa inti seputar tema penelitian, yaitu seputar OTT Irman Gusman. Aspek kedua, peneliti memilih berita yang dari segi waktu pengunggahannya berdekatan dan mewakili rentang waktu selama 24 jam. Untuk itu, peneliti berusaha merepresentasi berita melalui pengelompokan ke dalam lima titik krusial sejak awal peristiwa mulai diendus oleh jurnalis sampai di menit-menit terakhir pemberitaan yang dikover oleh media bersangkutan pada hari tersebut. Aspek ketiga, peneliti memilih dan memilah berita yang menggambarkan keunikan masing-masing media dalam pemilihan dan penonjolan angel/sudut pemberitaan. Jika ditemukan keunikan dan atau perbedaan dari masing-masing media, atau antara media nasional dan lokal, maka peneliti akan menjadikannya objek kajian penelitian. Ini sangat relevan dengan tujuan penelitian,

yaitu dalam rangka mengetahui dan memahami seleksi isu dijalankan oleh masing-masing media, sesuai dengan konsepsi analisis framing versi Robert Entman.

Ada pun teknik analisis data pada penelitian ini adalah dengan membaca secara umum dan sekaligus seksama generalisasi pemberitaan di keempat media daring. Sebagaimana dikatakan Eriyanto (2002: 186), Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Selanjutnya, dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan (Eriyanto, 2002: 188).

Untuk itu, analisis bergerak di antara aspek seleksi isu, yaitu berupa pemilihan fajta, dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Kedua, bagaimana penonjolan aspek tertentu dari isu tersebut diungkapkan secara lebih detail dalam berita? Bagaimana pemakaian kata dan kalimatnya? Ketiga, dalam aspek pendefinisian masalah, bagaimana isu itu dilihat? Sebagai apa atau masalah apa? Keempat, peristiwa itu disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab, aktor dan faktor? Kelima, nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Terakhir, keenam, penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi isu atau masalah tersebut? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah tersebut?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan klasifikasi yang berpedoman pada aspek argumentatif dalam bab metodologi penelitian di atas, maka dari proses pemilihan dan pemilahan berita *straight news* yang dilakukan oleh peneliti didapat daftar judul berita berikut menit tampil di saat pengunggahannya di masing-masing media daring sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Judul Berita yang Menjadi Objek Penelitian

NO	DETIK.COM	KOMPAS.COM	KLIKPOSITIF.COM	GOSUMBAR.COM
1	KPK Tangkap Seorang Anggota DPD (9:06)	KPK Tangkap Tangan Oknum Diduga Anggota DPD (9:28)	KPK Tangkap Tangan Politisi dari DPD RI Berinisial IG (11:00)	KPK Tangkap Tangan Pejabat Negara Sabtu Dinihari, Diduga Anggota DPD (10:55)
2	Ada Anak Kecil Ikut Diamankan di OTT Anggota DPD, Ini Respon KPAI. (11:49)	Anggota DPD Yakin Irman Gusman yang Ditangkap KPK Karena WhatsApp Tak Aktif (13:20)	Petugas di Kantor DPD RI Sumbar Tidak Tahu Pimpinannya Ditangkap (13:41).	Anggota DPD Benarkan yang Ditangkap KPK Ketua DPD Irman Gusman (13:19)
3	Pengacara Keluarga Benarkan Irman Gusman Ditangkap KPK (15:11)	Versi Keluarga Tentang Kronologi Operasi Tangkap Tangan Irman Gusman Oleh KPK (15:26)	Irman Gusman Klarifikasi Penangkapan KPK Lewat Twitter (16:35)	Anggota DPD Duga Irman Gusman Jadi Korban Kriminalisasi (16:37).
4	Ini Tanggapan Jokowi	Tanggapi Tangkap	Rumah Irman Gusman	KPK Tangkap Jaksa

	Soal Penangkapan Ketua DPD oleh KPK (15:56)	Tangan, Jokowi Yakin KPK Sesuai Kewenangan dan Profesional (16:31).	Sepi Aktivitas, Tetangga: Dia Jarang Bersosialisasi (15:53).	Kejati Sumbar Terkait Penangkapan Irman Gusman (20:07).
5	Presiden Jokowi: Setop Korupsi Untuk Siapapun! (16: 37).	Jokowi: Sekali Lagi, Stop Korupsi! (16: 51).	XSS Ditangkap KPK, Kantor CV Semesta Dijaga Ketat (22:06)	Wah, Ternyata Harta Irman Gusman Melimpah, Warisan Saja Capai Rp. 7 Milyar, Tapi Kenapa Terjerat Suap Rp. 100 Juta? (22:43).

Pembahasan Penelitian

Sebagaimana kita simak di tabel 1, ada sebanyak total 20 judul berita yang dijadikan objek analisis penelitian. Masing-masing media daring akan dikelompokkan ke dalam kelompok media nasional dan kelompok media lokal. Selanjutnya, masing-masing kesepuluh berita (5 + 5 untuk nasional, dan 5 + 5 untuk lokal) dibahas berdasarkan empat aspek pembedaan versi Entman, yaitu *Problem Identification*, *Causal Interpretation*, *Moral Evaluation*, dan *Treatment Recommendation*.

Framing Media Nasional

Problem Identification Detik.com. Detik.com secara umum mengidentifikasi kasus korupsi yang mengakibatkan Irman Gusman (selanjutnya ditulis IG) ditangkap dalam OTT oleh KPK sebagai masalah hukum yang berimplikasi juga kepada kebijakan politik Presiden sebagai pemegang otoritas tertinggi dalam gerakan antikorupsi di Indonesia. Setelah memberitakan detik-detik tertangkapnya (IG) di berita yang berjudul ‘KPK Tangkap Seorang Anggota DPD’, *detik.com* juga memberitakan ikut diamankannya seorang anak di saat OTT dalam berita bertajuk ‘Ada Anak Ikut Diamankan di OTT Anggota DPD, Ini Respons KPAI’. Dalam berita tersebut, juga dikutip dalil-dalil hukum tentang ketentuan minimal usia seseorang yang wajib dimintai pertanggungjawaban pidana.

Berita ketiga, berjudul ‘Pengacara Keluarga Benarkan IG Ditangkap KPK’, sekali lagi membuktikan bahwa *detik.com* memegang teguh prinsip-prinsip dan perspektif hukum dalam pemberitaannya, sehingga sarat dengan muatan hukum, sampai-sampai sumber berita pun berasal dari para praktisi hukum. Di dua berita terakhir, berjudul masing-masing ‘Ini Tanggapan Jokowi Soal Penangkapan Ketua DPD oleh KPK’ dan ‘Presiden Jokowi: Setop Korupsi Untuk Siapapun!’ menggambarkan bahwa *detik.com* menekankan bahwa korupsi oleh pejabat publik, apalagi seorang pejabat tinggi setingkat Presiden merupakan sebuah bencana hukum yang tidak ringan di negeri ini, sehingga seorang Presiden harus bicara sampai dikutip dua kali dalam dua berita yang berbeda secara berturut-turut. *Detik.com* meringkai pemberitaannya dengan menekankan pentingnya ketegasan dan komitmen serius dari Presiden.

Hal yang tidak jauh berbeda ditemukan pada media daring *kompas.com*. Pada dua berita pertama, berjudul ‘KPK Tangkap Tangan Oknum Diduga Anggota DPD’, dan ‘Anggota DPD Yakin Irman Gusman yang Ditangkap KPK Karena WhatsApps Tak Aktif’, memang tidak secara frontal dan *straight to the point* menyasar kepada IG. Namun publik bisa menginterpretasinya merujuk kepada pribadi IG. Meski ada usaha untuk mengimbangi sudut pemberitaan dari sisi keluarga IG dalam berita ketiga bertajuk ‘Versi Keluarga Tentang Kronologi Operasi Tangkap Tangan IG oleh KPK’, namun *Kompas.com* tetap

mengidentifikasi peristiwa OTT IG sebagai sebuah bencana hukum dan memalukan secara nasional. Sementara, dua berita terakhir, berjudul ‘Tanggapi Tangkap Tangan, Jokowi Yakin KPK Sesuai Kewenangan dan Profesional’, serta ‘Jokowi: Sekali Lagi, Stop Korupsi!’ menempatkan posisi *kompas.com* sejajar dengan *detik.com*, dalam artian berusaha mengaitkan bencana hukum ini dengan komitmen Presiden sebagai pemimpin eksekutif tertinggi dalam agenda antikorupsi.

Causal Interpretation. Dari kelima berita yang diturunkan oleh *detik.com*, terlihat jelas bahwa IG dijadikan sebagai sasaran dan penyebab dari semakin bobrohnya citra politisi dan pejabat publik. Dalam dua berita terakhir, yang mengutip pernyataan Jokowi sebagai Presiden, secara eksplisit dicantumkan nama Irman Gusman, dan politisi senayan. Ini menyiratkan bahwa *detik.com* tidak memberi tempat pada pelaku korupsi, lebih-lebih pejabat publik dan senator yang notabene adalah perwakilan dari rakyat. Hal yang tidak jauh berbeda juga berlaku pada *kompas.com*.

Moral Evaluation. Dalam keseluruhan lima berita yang dianalisis, *detik.com* menempatkan IG sebagai sumber masalah. IG dijadikan aktor utama yang melatari ‘pengisahan’ berita. *Detik.com* secara kentara menempatkan IG bersalah secara hukum, dengan memuat dalil-dalil dan mengutip sumber praktisi hukum. Sementara *kompas.com*, meski berusaha lebih netral di awal, namun di bagian akhir menempatkan diri sekubu dengan *detik.com*, yaitu menjadikan IG sebagai biang kegemparan di Dewan Perwakilan Daerah, serta perbuatannya adalah perbuatan tercela yang layak dijadikan pelajaran di kemudian hari bagi khalayak.

Treatment Recommendation. Berdasarkan cara *detik.com* dan *kompas.com* membingkai berita mengenai OTT-IG, maka dapat disimpulkan bahwa kedua media merekomendasikan kepada semua pihak yang berkepentingan, yaitu KPK dan Presiden RI untuk secara serius mengusut kasus ini, dan menuntaskannya berupa hukuman yang setimpal. Kedua media juga tidak lupa mengutip dan menonjolkan pernyataan Jokowi yang mengatakan bahwa tindakan KPK sudah tepat dan profesional, ini menyiratkan dukungan kedua media kepada sepak terjang KPK secara umum dan dalam menangani kasus korupsi IG secara khusus.

Framing Media Lokal

Problem Identification. Berita pertama dari *klikpositif.com* dan *gosumbar.com*, nyaris senada, yaitu seolah tidak yakin bahwa yang tertangkap tangan adalah IG. Ini bisa kita interpretasi secara jelas dari pemilihan judul di kedua berita, yaitu ‘KPK Tangkap Tangan Politisi dari DPD RI Berinisial IG’ yang diunggah oleh *klikpositif.com*, dan ‘KPK Tangkap Tangan Pejabat Negara Sabtu Dinihari, Diduga Anggota DPD’. Bedanya, pada berita yang diunggah *klikpositif.com*, masih ada usaha pemberian referensi berupa inisial IG kepada publik, sehingga publik masih bisa mengidentifikasi. Sebaliknya, *gosumbar.com* seolah memilih untuk tetap ‘pura-pura tidak tahu’ tentang siapa sebenarnya yang diduga tertangkap tangan.

Berangkat dari hal di atas, terkesan bahwa kedua media, *klikpositif.com* dan *gosumbar.com*, mengidentifikasi kasus OTT-IG sebagai sebuah kasus yang diharapkan sesungguhnya tidak terjadi, atau setidaknya memuat unsur keragu-raguan ke dalam isi berita yang tercermin sejak dari judul.

Berita-berita selanjutnya di kedua media, yaitu dari klikpositif.com; ‘Petugas di Kantor DPD-RI Sumbar Tidak Tahu Pimpinannya Ditangkap’; ‘Irman Gusman Klarifikasi Penangkapan KPK Lewat Twitter’; ‘Rumah Irman Gusman Sepi Aktivitas, Tetangga: Dia Jarang Bersosialisasi’; dan ‘XSS Ditangkap KPK, Kantor CV Semesta Dijaga Ketat’, terkesan mengalihkan penekanan isu tentang tindakan kriminal korupsi oleh IG. Berita ketiga memberi peluang IG untuk membela diri, identifikasi mengental kepada usaha untuk menutupi kasus korupsi IG dan malah menempatkan IG seolah sebagai orang yang sedang dijebak.

Pada 4 berita lainnya di gosumbar.com, usaha identifikasi yang cenderung memberi citra positif, atau setidaknya menutupi seleksi isu yang mengarah ke perbuatan tercela IG sebagai seorang pejabat negara yang tertangkap melakukan korupsi, semakin mengental. Berita ketiga, bertajuk ‘Anggota DPD Duga IG Jadi Korban Kriminalisasi’ merupakan berita yang sarat dengan identifikasi positif terhadap IG dan sebaliknya, menjustifikasi KPK sebagai lembaga yang tidak profesional, menjebak siapa pun yang bisa dijebak sesuai dengan kepentingan politisnya. Berita kedua, berjudul ‘Anggota DPD Benarkan yang Ditangkap KPK Ketua DPD Irman Gusman’; ditambah dengan dua berita terakhir: ‘KPK Tangkap Jaksa Kejati Sumbar Terkait Penangkapan IG’, serta ‘Wah Ternyata Harta Irman Gusman Melimpah, Warisan Saja Capai Rp. 7 Milyar, Tapi Mengapa Terjerat Suap Rp.100 Juta?’ menegaskan keberpihakan gosumbar.com kepada IG. Di sini bisa diinterpretasi munculnya primordialisme semu sebagai sesama yang memiliki akar etnis Minang.

Causal Interpretation. Dalam rata-rata kesepuluh berita yang diunggah oleh klikpositif.com dan gosumbar.com, ditemukan bahwa IG tidak sepenuhnya bersalah. Dalam versi berita gosumbar.com, bahkan IG dikesankan hanyalah korban yang dijebak, dan KPK adalah pelaku jebakan yang sangat tidak profesional dan tidak mengindahkan azas keadilan. Ini bertolak belakang dengan apa yang bisa kita tinjau dari pemberitaan oleh media nasional, detik.com dan kompas.com yang konsisten menempatkan IG sebagai aktor korupsi di satu pihak, dan KPK serta Presiden di pihak berseberangan sebagai garda terdepan antikorupsi. Ada kesan kedua media lokal berusaha menutupi isu utama, atau bahkan memancing isu baru berupa usaha kriminalisasi dan penjebakan yang tidak berdasar dari teknik framing beritanya.

Moral Evaluation. Kedua media lokal meskipun di awak tetap memberitakan OTT IG dan secara implisit mengarahkan topik pemberitaannya pada pribadi IG, namun ada interpretasi bahwa kedua media tidak terlalu mempermasalahkan ‘kerusakan’ moral yang terjadi pada diri IG yang merembes pada pencitraan institusi lembaga negara sekelas Dewan Perwakilan Daerah. Kedua media lokal malah menempatkan negara dan pemerintah, dalam hal ini Presiden dan KPK sebagai pihak yang tidak adil dan tidak profesional dalam menegakkan hukum, melakukan kriminalisasi terhadap IG.

Treatment Recommendation. Kedua media lokal tidak secara tegas dan eksplisit merekomendasikan perlakuan hukum yang setimpal dengan perbuatan kriminal korupsi yang sudah dilakukan oleh IG secara nyata lewat Operasi Tangkap Tangan. Justu kedua media secara implisit merekomendasikan agar ke depan tidak terjadi lagi tindak kriminalisasi dan penjebakan terhadap pejabat negara yang ‘diduga’ melakukan korupsi. Kedua media juga berusaha mengalihkan rekomendasi dari perspektif hukum kepada pihak lain, dalam hal ini pengusaha XSS dan Jaksa Kejati Sumbar. Meskipun keduanya memang memiliki hubungan erat dengan kasus korupsi IG, namun ada kesan bahwa penyeleksian isu terhadap keduanya

dilakukan secara berlebihan dan sengaja agar publik tidak terlalu fokus kepada kasus keterlibatan IG dalam perdagangan pengaruh impor gula.

PENUTUP

Media apa pun dan di mana pun, dalam perspektif konstruktivisme merupakan produk dari ideologi dan kepercayaan sosiokultural dari pengelola dan pemiliknya. Entman (2010: 337) mengatakan bahwa bias media semakin kuat manakala berbagai kepentingan berebut pengaruh untuk memenangkan hati publik. Media yang memiliki kesadaran tanggungjawab sosial yang tinggi akan bisa menahan bias itu dengan syarat selalu melakukan evaluasi dan ‘pembersihan’ terhadap potensi ancaman kepentingan apa pun yang dengan mudah datang tanpa diduga.

Media lokal dan nasional adalah aset bangsa demi perbaikan dan penuntasan agenda pemberantasan korupsi. Bias yang bersembunyi dalam teknik pembedaan (framing) berita akan menyebabkan masyarakat tidak mendapatkan pegangan moral dan arah komitmen yang pasti tentang bagaimana seharusnya endemik korupsi mesti diperangi secara masif dan kolektif. Dalam tataran ini, media lokal di Sumatera Barat sedang diuji objektivitasnya dalam menyikapi berbagai kasus dan kemungkinan kasus serupa di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Bungin, Burhan, ed. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

Bungin, Burhan. (2012). *Realitas Sosial dan Konstruksi Sosial*, dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada

Chaniago, Hasril. (2010). *101 Orang Minang di Pentas Sejarah*. Padang: Citra Budaya Indonesia.

Dahlgren, Peter. (1999). *Television News Narrative*. Dalam Mary S. mander (ed.). *Framing Friction*. Urbana: University of Illinois Press.

D’Angelo, Paul, and Jim A. Kuypers. (2010). *Doing News Framing Analysis*. New York and London: Routledge.

Detik.com/indeks/berita. Diakses 2 November 2016.

Entman, Robert M. (2010). *Framing Media Power*. A chapter in *Doing News Framing Analysis*. New York and London: Routledge.

Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta:

LKiS.

Hamad, Ibnu, “*Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*”, Granit, Jakarta, 2004.

Indrayana, Denny. (2016). *Jangan Bunuh KPK*. Malang: Intrans Publishing.

Gosumbar.com/indeks/berita. Diakses 2 November 2016.

Klikpositif.com/indeks/berita. Diakses 2 November 2016.

Kompas.com/indeks/headline. Diakses 2 November 2016.

Mochtar, Zainal Arifin. (2016). *Pemberantasan (Anti) Korupsi*. Kata Pengantar untuk buku *Jangan Bunuh KPK*, oleh Denny Indrayana. Malang: Intrans Publishing

Mulyana, Deddy. (2002). *Analisis Framing: Suatu Pengantar*. Kata Pengantar untuk buku *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, oleh Eriyanto. Yogyakarta: LKiS.

Robertson-Snape, Fiona. (1999). “*Corruption, Collusion, and Nepotism in Indonesia.*” *Third World Quarterly*. June, Vol.20, No.3: 589-602.

Schütte, Sofie Arjon. (2011). *Appointing Top Officials In A Democratic Indonesia: The Corruption Eradication Commission*. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 47, No. 3, 2011: 355–79

Smilov, Daniel and Jurij Toplak (eds.). (2007). *Political Finance and Corruption in Eastern Europe: The Transition Period*. Hampshire England: Ashgate Publishing Limited.

Sobur, Alex, “*Analisis Teks Media*”, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.

Van Dijk, Teun A, ed. (1997). *Discourse as Structure and Process*. London: Sage Publications.



**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS LAMPUNG
NOVEMBER 2016**