

Jurnal **Komunikasi** Massa

Vol. 8 No 2, Juli 2015

ISSN: 1411-268X

Diterbitkan Oleh:
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta



Jurnal Komunikasi Massa

Terbit dua kali setahun

Hak cipta dilindungi Undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau keseluruhan isi dalam pelbagai bentuk medium baik cetakan, elektronik, maupun mekanik.

ISSN: 1411-268

Diterbitkan Oleh:

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Desain dan tata letak oleh Sri Hastjarjo

Dewan Redaksi

Pemimpin Redaksi

Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, PhD.

Redaktur Pelaksana

Tanti Hermawati, S.Sos., M.Si

Dra. Sofiah, M.Si

Sri Herwindya Baskara Wijaya, S.Sos, M.Si

Eka Nada Shofa Alkhajar, S.Sos., M.Si

Redaktur Ahli

Prof. Drs. Pawito, PhD.

Drs. Mursito BM, SU

Dr. Sri Hastjarjo

Mitra Bestari

Prof. Sasa Djuarsa Senjaya, PhD.

(Universitas Indonesia)

Prof. Dr. Dedi Mulyana

(Univeritas Padjadjaran Bandung)

Prof. Pamela Nilam, PhD.

(University of Newcastle, Australia)

Alamat Redaksi:

Program Studi Ilmu Komunikasi

FISIP Universitas Sebelas Maret

Jl. Ir. Sutami 36-A, Kentingan, Jebres

Surakarta, 57126

Tlp./Fax: (0271) 632478

E-mail: r_windya@yahoo.com

Pemasar/sirkulasi

Budi Aryanto, Tlp. (0271) 632478

Jurnal Komunikasi Massa terbit dua kali dalam setahun, diterbitkan oleh Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta sebagai media wacana intelektualitas bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Dewan Redaksi mengundang para pelajar, peneliti, dan praktisi bidang komunikasi dan media massa untuk mengirimkan tulisan, baik berupa artikel ilmiah, maupun hasil penelitian. Syarat penulisan artikel tercantum di halaman sampul belakang. Dewan Redaksi berhak menyeleksi dan mengedit naskah tanpa mengurangi esensi isi.

Daftar Isi

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MEMUDARNYA ETIKA KOMUNIKASI MASYARAKAT JAWA DI KOTA SURAKARTA

Adolfo Eko Setyanto, Likha Sari Anggraini

& Deniawan Tommy CW.....121

MEDIA ONLINE DAN DERADIKALISASI TERORISME (Konstruksi pembingkai berita mengenai Deradikalisasi *Islamic State Iraq and Suriah (ISIS)* pada Media Portal Indonesia *www.kompas.com* dan *www.republika.co.id*)

Prahastiwi Utari, Sri Herwindya Baskara Wijaya

& Monika Sri Yuliarti135

IMPLEMENTASI MODEL STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DI RUMAH SAKIT PKU MUHAMMADIYAH

Tanti Hermawati & Prahastiwi Utari.....157

PANCASILA, PONDOK PESANTREN DAN GLOBALISASI..

(Pandangan dan Strategi Penguatan Ideologi Pancasila dalam Merespons Arus Globalisasi di Kalangan Pondok Pesantren di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah)

Hamid Arifin, Pawito, Sri Herwindya Baskara Wijaya,

& Asal Wahyuni Erlin Mulyadi.....171

PENGARUH PERSEPSI TENTANG IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI, MOTIVASI TERHADAP KINERJA DOSEN UNIVERSITAS SURAKARTA

Wahjoe Mawardiningsih, Sri Wahyu Ening Handayani.....

& Ali Arif Setiawan.....181

KUALITAS BERITA TV LOKAL (Analisis Kualitas Berita dan Faktor-Faktor Penyebabnya pada Program Berita di *Jogja TV dan TA TV*)

Erwin Kartinawati193

Refleksi Peran Media Sosial dalam Demokrasi dan Pemilu di Berbagai Negara: Bagaimana dengan Perannya dalam Proses Demokratisasi di Indonesia ?

Nurul Hasfi, Sunyoto Usman & Hedi Pudjo Santosa203

ETIKA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM INISIASI KOMUNITAS "WARGA SIAGA" BAHAYA RADIKALISME DI DUSUN DIMORO, GATAK, SUKOHARJO

Firdastin Ruthnia Yudiningrum.....215

PERENCANAAN PROGRAM PUBLIC RELATION MELALUI ANALISIS SWOT PADA PERUSAHAAN NESTLÉ

Zon Vanel225

Solosche Radio Vereeniging (SRV) dan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) di Indonesia

Hari Wiryawan.....235

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MEMUDARNYA ETIKA KOMUNIKASI MASYARAKAT JAWA DI KOTA SURAKARTA

Adolfo Eko Setyanto
Likha Sari Anggraini
Deniawan Tommy CW

Abstract

Ethics refers to the Java core Javanese culture that has value and is based on appropriate and inappropriate applied in everyday life the Java community. This study uses qualitative descriptive approach, where data is collected via two data collection techniques that Focus Group Discussion (FGD) and Dissemination Questionnaire. Data from the questionnaire intended to solicit opinions and understanding of teenage children in two elementary, two middle and two high schools in Surakarta. While FGD involving parents. 10 people from the village Mojosongo, 10 people from the village Banjarsari and 10 people from the village Baluwarti.

The findings of this study show that (1) It is evident that the use of the Java language and the Java community Ethics Surakarta has begun to fade / fade. Especially among children and adolescents in Surakarta no longer uses the Java language is good and right and no longer understand the Java language communication ethics. They generally can only be ngoko Java language. While the level of parents also have started ignoring the use of the Java language properly and correctly according to the ethics of Java, especially when communicating at home or office environment. But among parents in general still often use the Java language when communicating informally with members of the community, especially in meetings or conference meeting within the RT or village. Although the Java language that is often used is the Java language Kromo Madyo (ie a mix between Java Kromo and Ngoko).

Factors that led to the waning of communication ethics Surakarta Javanese society include: (1) Internalization of Javanese culture in the family (parents) are very less. (2) At school not taught intensively Java language lessons and even more frequently or must use Indonesian. (3) The intervention of foreign languages, especially Arabic and English. (4) Amongst children and teenagers there is a sense less prestigious in communicating with the Java language.

Keywords: Ethics, Communication, Java language

Pendahuluan

Dalam masyarakat manapun etika mempunyai peranan yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup

individu maupun masyarakat secara luas. Tidak ada satu masyarakatpun yang di dalam kehidupannya sehari-hari tanpa mendasarkan diri pada etika sebagai

pedoman bertindak dan berperilaku sosial. Terlebih dalam masyarakat yang beradab seperti Indonesia.

Dilihat dari perkembangan sejarah manusia dan masyarakatnya, dapat diketahui bahwa bangsa Indonesia menjadi bangsa yang beradab sudah sejak ribuan tahun yang lalu, ketika bangsa Indonesia sudah menganal sistem pemerintahan kerajaan. Pada saat itu masyarakat Nuswantara yang sekarang kita kenal sebagai Indonesia sudah memiliki peradaban yang sangat maju. Baik dalam bidang pertanian, konstruksi bangunan, teknologi logam, pemerintahan maupun dalam bidang sosial kemasyarakatan. Salah satu yang paling penting sebagai penanda kemajuan peradaban bangsa Indonesia (Nuswantara pada waktu itu) ditandai dengan kemampuan bangsa itu menciptakan huruf dan bahasanya sendiri.

Sebagaimana dicatat oleh para sejarawan bahwa bangsa Indonesia (Nuswantara) sudah memiliki bahasa Sejak masa Kerajaan Medang Kamulyan yaitu bahasa Sansekerta.

Tidak hanya itu, pada masa Medang Kamulyan ini masyarakat Nuswantara sudah mengenal system religi atau keagamaan Guzilla Humeid (2013) dalam tulisannya pada *Network Asiciated Global Future Institute* menjelaskan bahwa: Massa Medang Kamulyan, suatu masa yang disebut sebagai Era Kemulyaan atau kemajuan zaman, terutama dalam bidang keagamaan, dimana agama lebih dititik beratkan dalam sistem pendidikan dalam lingkup kecil amupun besar. Rajanya dikenal sebagai Ratu Boko yang merupakan cikal bakal dan yang menemukan huruf Sansekerta yang dikenalkan pertama kali oleh Aji Saka. Inilah huruf pertama yang dikenal bangsa Indonesia dan merupakan huruf asli Indonesia yang lebih dikenal dengan huruf Sansekerta. Bahasa

Sangsekerta menjadi cikal bakal aksara (huruf) Jawa yang kita kenal dan masih banyak dipelajari sampai sekarang.

Apabila dilihat dari sejarah peradaban bangsa Indonesia dan dilihat dari penemuan huruf Jawa dan bahasa Jawa yang sekarang masih banyak digunakan oleh masyarakat Jawa maka dapat disimpulkan bahwa sebenarnya betapa majunya peradaban masyarakat Indonesia khususnya Jawa. Karena tidak banyak suku atau kelompok masyarakat didunia ini yang mampu menciptakan huruf dan bahasanya sendiri. Bahasa sebagai sarana komunikasi utama menjadi sangat penting bagi kemajuan peradaban suatu masyarakat. Perkembangan ilmu pengetahuan hanya dapat terjadi apabila bahasa yang digunakan memiliki kemampuan menjelaskan realitas sosial dan realitas alam semesta

Bahasa Jawa merupakan salah satu bahasa yang paling baik dalam menjelaskan realitas sosial dan realitas alam semesta tersebut. Oleh karena itu peran bahasa Jawa dalam mengembangkan masyarakat Jawa pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya tidak dapat dipungkiri lagi. Peran bahasa Jawa dalam mengembangkan peradaban masyarakat Jawa dapat dilihat dari berbagai hasil karya sastra, kesenian pengetahuan dan juga perkembangan teknologi pertanian yang sangat maju di Jawa. Bahasa Jawa sebagai bahasa pengantar dalam pergaulan dan kehidupan bermasyarakat bahkan masih dapat dilihat eksis sampai saat ini. Pusat perkembangan bahasa Jawa ada dilingkungan keraton yang ada di Jawa seperti keraton Mataram, keraton Kediri dan terakhir di keraton Ngayogyakarta Hadiningrat dan Keraton Kasunanan Surakarta.

Bahasa Jawa berkembang seiring dengan perkembangan budaya Jawa

yang adi luhung. Meskipun bahasa Jawa mempunyai kehebatan dalam membantu perkembangan peradaban masyarakat Jawa pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya namun eksistensinya pada saat ini dirasakan semakin memudar. Semakin hari semakin sedikit masyarakat Jawa yang mau menggunakan bahasa Jawa dalam pergaulan hidup sehari-hari apa lagi digunakan dalam lingkup yang lebih luas sebagai bahasa pengetahuan.

Berdasarkan pengamatan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jawa sudah kelihatan jarang sekali menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa Ibu untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari apalagi digunakan sebagai bahasa pengantar dalam menjabarkan ilmu pengetahuan. Keadaan ini tidak hanya terjadi pada sebagian besar para remaja dan kaum mudanya melainkan juga terjadi pada sebagian para orang tua. Kalau toh masyarakat Jawa masih menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa pergaulan sehari-hari pada umumnya mereka sudah tidak mengindahkan lagi unggah-ungguh, tatakrama atau etika komunikasi dalam berbahasa Jawa. Banyak faktor yang menyebabkan memudarnya unggah-ungguh (etika) dan penggunaan bahasa Jawa di masyarakat Jawa. Melalui penelitian ini akan diungkap faktor-faktor tersebut.

Tinjauan Pustaka

a. Fungsi dan Arti Penting Etika dalam Masyarakat.

Etika berasal dari bahasa Yunani *Ethikos* yang berarti kebiasaan, adat, akhlak, watak, sikap dan cara berfikir yang berlaku dalam masyarakat. Kata etika dalam arti yang sebenarnya berarti filsafat mengenai bidang moral jadi etika merupakan ilmu atau refleksi

sistematik mengenai pendapat-pendapat, norma-norma dan istilah-istilah moral (Suseno,1993: 6). Sedangkan Moss dan Tubbs (1996: 268) mendefinisikan Etika sebagai studi tentang sifat umum moral dan pilihan-pilihan moral spesifik yang harus dibuat seseorang. Secara lebih konkrit dalam praktek keseharian Etika adalah nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi masyarakat untuk mengatur tingkah laku agar tercipta kehidupan masyarakat yang beradab.

Etika dalam masyarakat sering kali identik dengan Tata Susila yang menurut Widyawati (2010: 62) artinya kebiasaan yang baik. Tata susila berarti peraturan tingkah laku yang baik dan mulia yang harus menjadi pedoman hidup manusia. Selanjutnya dia mengatakan, tujuan tata susila adalah membina hubungan yang selaras dan harmonis antara seseorang dengan makhluk hidup sekelilingnya. Tata susila membina watak manusia untuk menjadi anggota keluarga, anggota masyarakat yang baik, menjadi manusia berpribadi mulai dan membimbing manusia menuju kebahagiaan.

Dari keterangan tersebut diatas berarti etika mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat karena etika akan dapat mengarahkan tingkah laku masyarakat menuju pola perilaku yang ideal atau yang diharapkan bersama secara baik. Saking pentingnya Etika dalam masyarakat sampai sampai filsuf Jack Odell (dalam Johannessen (1996: 6) mengatakan sebuah masyarakat tanpa etika adalah masyarakat yang menjelang kehancuran. Odell meyakini bahwa prinsip-prinsip etika adalah prasyarat wajib bagi keberadaan sebuah komunitas sosial, tanpa prinsip-prinsip etika mustahil manusia bisa hidup harmonis dan tanpa ketakutan, tanpa kecemasan, keputusan, kekecewaan, pengertian

dan ketidakpastian. Hal ini menjadi lebih jelas dengan fungsi Etika sebagaimana dijelaskan oleh Frans Magnis Suseno sebagai berikut:

- a. Membuat keteraturan dan kebaikan dalam masyarakat.
- b. Mengarahkan manusia/masyarakat agar tidak kehilangan orientasi/jati diri.
- c. Dapat mempertanggung Jawabkan sikap dan perbuatan.
- d. Dapat Menghadapi ideologi dan cara pandang baru secara kritis.
- e. Mengarahkan para penganut agama untuk tidak terjebak pada Egoisme religius (Suseno, 1993: 38).

Endraswara (2010: 34) mengatakan; Etika memang tidak dapat menggantikan agama, karena agama merupakan orientasi dasar dalam kehidupan setiap individu atau kelompok. Tetapi agama memerlukan ketrampilan etika supaya bisa memberikan orientasi. Dengan demikian etika juga tidak bertentangan dengan agama, bahkan diperlukan oleh agama. Untuk mengimbangi perkembangan ilmu dan teknologi pun, peranan agama dan etika menjadi lebih penting.

b. Etika Komunikasi Masyarakat Jawa

Makna Komunikasi sendiri menurut Fiske (1990: 39) "*Communication is the transfer of a message from A to B . Consequently, their main concern are with medium, channel, transmitter, receiver, noise, and feedback, for these are all term relating to process of sending a message*".

Sedangkan menurut Stephen Litlejohn (1996:6-7) *Communication as the process that linksndiscontinuousbparts of living world to another, on the other hand, communication as the means of sending military message, orders, etc as by telephone, telegraph, radio, couriers. Lebih lanjut dikatakan "those situations in which a source transmits intent to affect*

the latter's behaviors. Pada akhirnya dia menambahkan bahwa komunikasi adalah "*the transmission of information*".

Douglas Harper (2013), *Communication (from Latin commūnicāre, meaning "to share" is the activity of conveying information through the exchange of thoughts, messages, or information, as by speech, visuals, signals, writing, or behavior. It is the meaningful exchange of information between two or more living creatures*. Sedangkan menurut Julia Scherba (1992) menjelaskan pengertian komunikasi secara lebih lengkap yaitu *definition of communication is "any act by which one person gives to or receives from another person information about that person's needs, desires, perceptions, knowledge, or affective states. Communication may be intentional or unintentional, may involve conventional or unconventional signals, may take linguistic or non-linguistic forms, and may occur through spoken or other modes."*

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang berarti dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dengan mempunyai tujuan tertentu pula. Dengan demikian yang dimaksud dengan etika komunikasi adalah tata susila, tata krama dan sopan santun dalam masyarakat yang digunakan selama proses komunikasi berlangsung. Menurut Mc Conell (2011:2) "*Ethical communication can be defined as communication truthfully and honestly. Ethical communicators advocate truthfulness, accuracy, and honesty; as these cultivate and sustain the integrity of ethical communication. A person who wants to communicate ethically should understand and respect others before evaluating and responding to their messages. Ethical communication also supports communication that consists of consideration and mutual understanding that respects an individual's characteristics*".

Sedangkan KitLarsena (2014) mendefinisikan Etika Komunikasi adalah "*The principle governing communication, the right and wrong aspects of it, the moral-immoral dimensions relevant to Interpersonal communication are called the ethics of Interpersonal communication*". Lebih lanjut dikatakan oleh Laserna bahwa ada beberapa prinsip penting dalam etika komunikasi, *PRINCIPLES OF ETHICAL COMMUNICATION* advocate: *truthfulness, accuracy, honesty, and reason as essential to the integrity of communication.* endorse *freedom of expression, diversity of perspective, and tolerance of dissent to achieve the informed and responsible decision making fundamental to a civil society.* strive to *understand and respect other communicators before evaluating and responding to their messages.*

Sementara itu ketika membahas peran komunikator dalam proses komunikasi Ricard L. Johannesen (1996: 8) menjelaskan bahwa sebagai komunikator, tanggung Jawab etis kita dapat tumbuh dari sebuah status atau posisi yang telah *diperoleh* atau telah disepakati, lewat komitmen (janji, sumpah, persetujuan) yang telah kita buat, atau lewat konsekuensi komunikasi kita dengan orang lain. Lebih lanjut dikatakan, tanggung Jawab etis (dalam komunikasi-pen) mencakup unsur pemenuhan tugas dan kewajibanyang dapat dipertanggung Jawabkan setiap individu dan kelompok lain menurut hati nurani kita sendiri. Akan tetapi, unsur penting dari komunikasi yang bertanggung Jawab (etis-pen) adalah penggunaan penilaian yang dipikirkan secara matang dan mendalam. Dengan demikian jelas bahwa yang dimaksud dengan etika komunikasi berbahasa Jawa berkaitan dengan bagaimana penggunaan kaidah bahasa yang tepat, cara penyampaian (pengucapan) yang tepat, penampilan yang sesuai dan kondisi waktu yang tepat pula, sehingga dapat dipertanggung Jawabkan secara moral sesuai hati nurani.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini etika komunikasi yang dimaksud adalah etika komunikasi masyarakat Jawa yang menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa pengantar sehari-hari (bahasa ibu). Yang dimaksud dengan masyarakat Jawa disini adalah masyarakat yang tinggal di pulau Jawa dan menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa ibu. Dengan demikian yang termasuk masyarakat Jawa adalah mereka yang tinggal di Jawa Tengah dan Jawa Timur, di Jawa Tengah berpusat di Solo dan Yogyakarta (Budiono Herususanto, 2001: 37). Jadi yang dimaksud dengan masyarakat Jawa adalah mereka yang tinggal di pulau Jawa tetapi mereka yang menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa Ibu, dengan menerapkan semua *unggah-ungguh* atau etika atau tata krama yang digunakan dalam bahasa Jawa. *Unggah-ungguh basa* atau etika dalam bahasa Jawa pada dasarnya sangat erat dan tidak dapat dipisahkan dengan etika Jawa secara keseluruhan.

Etika Jawa sendiri pada intinya mengacu pada kebudayaan Jawa yang mempunyai nilai dan didasarkan pada pantas dan tidak pantas diterapkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jawa. Ada dua kaidah dasar dalam etika Jawa yaitu prinsip rukun dan prinsip hormat. Rukun bertujuan untuk mempertahankan keadaan harmonis. Rukun berarti berada dalam keadaan selaras, tenang dan tentram tanpa perselisihan dan pertentangan. Kaidah hormat menyatakan agar manusia dalam berbicara dan membawa diri selalu menunjukkan sikap hormat terhadap orang lain sesuai derajat dan kedudukannya. (Suseno, 2001: 39).

Kerukunan menuntut agar individu bersedia menomorduakan kepentingan pribadi, atau jika perlu, individu harus melepaskan kepentingannya demi kesepakatan bersama. Masyarakat

Jawa mendidik anak-anaknya untuk belajar hidup rukun. Pendidikan rukun dimulai dengan belajar rukun dengan anggota keluarga. Sikap untuk tidak bertengkar dengan sesama anggota keluarga ditanamkan dengan ungkapan cecengilan iku ngedohake rejeki. Ungkapan itu mengandung maksud bahwa pertengkaran sesama saudara atau siapa pun akan mengakibatkan anugerah rejeki semakin jauh. Nilai kerukunan selanjutnya diperlebar lagi dalam pergaulan masyarakat (Endraswara, 2003: 85). Selanjutnya dijelaskan bahwa: perilaku hormat berfungsi menjaga keselarasan hubungan antara anggota masyarakat. Sikap hormat berkaitan dengan budi pekertidan unggah- ungguh dan tata krama Jawa (Endraswara, 2003: 83).

Seorang anak yang berbicara dengan orang tuanya tidak hanya dia harus menggunakan bahasa Jawa kromo tetapi juga harus menunjukkan sikap dan perilaku sopan yaitu dengan menundukkan kepala sedikit, dengan sikap tunduk biasanya ditunjukkan dengan cara menganggukan kepala dan menundukan pandangan mata. Sikap hormat pada orang tua terdorong oleh ungkapan *wong tuwa ala-ala malati*, maksudnya kendati jelek, orang tua itu bertuah. Tindakan dan sikap tidak menghormati orang tua akan menimbulkan akibat buruk yang disebut kuwalat (Endraswara, 2003: 83).

Sementara itu Maryono Dwi Raharjo (2001: 67) mengatakan *unggah-ungguh* sebagai berikut: *unggah-ungguh* adalah tingkah laku berbahasa menurut adat sopan santun masyarakat yang menyatakan rasa menghargai atau menghormati orang lain. Cara menghormati orang lain dalam berkomunikasi dengan bahasa Jawa oleh Clifford Geertz (1983: 326) dikatakan istilah *unggah-ungguh* disebut juga sebagai *andap- asor* yaitu suatu sikap merendahkan diri

dengan sopan dan merupakan kelakuan yang benar yang harus ditunjukkan kepada setiap orang yang sederajat atau lebih tinggi.

Purwadi (2011: 246) menjelaskan *unggah-ungguh basa* (bahasa) mencakup beberapa perbuatan baik dalam berbicara maupun bertindak, seperti: Ragam bahasa dan Penampilan diri. Pada masyarakat Jawa tingkatan bahasa terdiri dari: **Ngoko**, yaitu bahasa Jawa yang biasanya digunakan oleh orang-orang yang mempunyai tingkat kedudukan yang sederajat. **Krama madya**, yaitu bahasa campuran antara bahasa krama dan bahasa ngoko yang dipakai dalam pembicaraan antara seorang dengan orang lain yang lebih rendah derajatnya, tapi umumnya digunakan untuk berbicara dengan orang yang lebih tua. **Krama inggil**, yaitu bahasa yang digunakan dalam pembicaraan antara seorang dengan orang yang dihormatinya.

Suharti (2001: 69) menyatakan bahwa "*unggah-ungguh* bahasa Jawa adalah adat sopan santun, etika, tatasusila, dan tata krama berbahasa Jawa." Berdasarkan pengertian tersebut nampak bahwa *unggah-ungguh* bahasa Jawa atau sering disebut tingkat tutur atau *undha usuk basa* tidak hanya terbatas pada tingkat kesopanan bertutur (bahasa Jawa ragam *krama* dan *ngoko*) saja, namun di dalamnya juga terdapat konsep sopan santun bertingkah laku atau bersikap.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Sabdawara (2001) bahwa bahasa Jawa dapat digunakan sebagai wahana pembentukan budi pekerti dan sopan santun karena kaya dan lengkap dengan perbendaharaan kata sebagai bahasa yang meliputi: fungsi, aturan atau norma kebahasaan, variasi atau tingkatan bahasa, etika dan nilai-nilai budaya yang tinggi dengan segala peran fungsinya. Adapun fungsi bahasa Jawa menurut Sabdawara (2001: 127-128) antara

lain sebagai berikut: Bahasa Jawa adalah bahasa budaya di samping berfungsi komunikatif juga berperan sebagai sarana perwujudan sikap budaya yang sarat dengan nilai-nilai luhur, sopan santun berbahasa Jawa berarti mengetahui akan batas-batas sopan santun, mengetahui cara menggunakan adat yang baik dan mempunyai rasa tanggung jawab untuk perbaikan hidup bersama, agar mencapai kesopanan yang dapat menjadi hiasan diri pribadi seseorang, maka syarat yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

- a. Pandai menenggangkan perasaan orang lain di dalam pergaulan,
- b. Pandai menghormati kawan maupun lawan,
- c. Pandai menjaga tutur kata, tidak kasar, dan tidak menyakiti hati orang lain.

Tata krama berbicara erat kaitannya dengan tata krama yang lain, seperti sikap duduk, sikap menasehati dan dinasehati dan sebagainya. Tata krama duduk pada masyarakat Jawa masih diatur. Aturan ini berlaku untuk tata cara duduk dengan kursi maupun duduk tanpa kursi. Duduk dengan kursi tidak memperkenankan golongan muda untuk duduk pada posisi yang lebih tinggi dan bertumpang kaki. Duduk dilantai umumnya dilakukan dengan bersila (bagi laki-laki) dan bersimpuh bagi kaum perempuan. Penampilan diri dapat menyertai *unggah-ungguh* berbicara. Sikap hormat dalam berbicara bagi masyarakat Jawa dapat dilihat dalam penampilan diri seperti ditunjukkan dengan berbagai cara, antara lain: sikap badan, tangan, nada suara, istilah menyapa dan cara berpakaian yang dianggap sesuai dengan keadaan dan kedudukan. Oleh karena itu Endraswara (2010: 43) menegaskan etika berbahasa itu sebuah paradigma Etika Komunikasi Masyarakat Jawa.

Tatakrama sebagai wujudnya sering direalisasikan dalam tindak berbahasa

yang disebut *unggah ungguh*. Dalam *unggah ungguh* atau etika berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Jawa terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan:

- a. Pemilihan tingkatan dalam bahasa Jawa.
- b. Sikap dan perilaku berkomunikasi (aspek gestur).
- c. Nada dan intonasi dalam pengucapan kata-kata (aspek para bahasa).
- d. Tempat, waktu dan penampilan.

Aspek terpenting dalam berkomunikasi pada masyarakat Jawa adalah terletak pada pemilihan yang tepat dalam penggunaan atau penerapan ragam atau tingkatan dalam bahasa Jawa. Ada beberapa tingkatan berbahasa dalam penggunaannya sesuai etika berkomunikasi dalam masyarakat Jawa. Seperti dijelaskan oleh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kecenderungan kuat bahwa masyarakat Jawa sudah mulai meninggalkan penggunaan bahasa Jawa sebagai bahasa percakapan sehari-hari. Hal tersebut dibenarkan oleh sejumlah pakar budaya dan guru bahasa Jawa. Seperti yang dikutip oleh penulis dari surat kabar harian *Kompas* (17/05/2009) yaitu pernyataan dari pengajar di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) Sri Harti Widyastuti, "Sekarang ini bahasa Jawa sebagai bahasa percakapan sehari-hari sudah ditinggalkan. Berdasarkan penelitian menunjukkan banyak keluarga yang tidak lagi menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa ibu dalam kehidupan rumah tangganya."

Sebuah penelitian yang berjudul *Model Pelestarian dan Pengembangan Kemampuan Berbahasa Jawa Jawa Krama di Kalangan Generasi Muda* (Edi Subroto, dkk., 2007) membuktikan adanya kecurigaan tersebut. Sampel yang diambil adalah siswa SMUN 1 Wonogiri, SMUN 1 Surakarta, dan SMUN 1 Sragen yang

pada umumnya adalah anggota karang taruna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penyebab merosotnya kemampuan generasi muda terhadap pemakaian bahasa Jawa adalah 1) dominasi pemakaian bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan bahasa resmi negara, 2) tidak adanya perhatian generasi tua terhadap pemakaian bahasa Jawa bagi anak cucunya, 3) merosotnya rasa bangga dan kesadaran akan norma masyarakat terhadap bahasa Jawa.

Penelitian Daniel Justin Heppell (2004: 40) tentang Penyebab dan Akibat Perubahan Kebudayaan Jawa di Yogyakarta menemukan bahwa: Sudah pasti bahwa kebanyakan responden setuju lunturnya ketaatan etika terpaut dengan lunturnya penggunaan bahasa Jawa dan sebagai akibatnya masa depan etika Jawa itu tergantung pada kesehatan sistem bahasa Jawa. Menurut Wahab dalam Artati Muji Rahayu (2011: 1) menemukan bahwa penelitiannya tentang Dampak Kealpaan Penutur Bahasa Jawa Terhadap Perilaku Bangsa, penutur bahasa Jawa yang dahulu terkenal sebagai bangsa yang halus, kini tinggal mitos. Orang Jawa sekarang ini cenderung mempunyai perangai bringas, kejam, dan tidak mengenal kesantunan. Kebringasan bangsa ini terjadi karena buah kealpaan penutur asli bahasa Jawa yang telah mengabaikan stratifikasi yang sudah tertata rapi. Saat sekarang, sulit dijumpai orang atau anak muda berbudi luhur, bertuturkata lemah lembut, *berunggah-ungguh* baik.

Fenomena yang terlihat, kebanyakan orang menyenangi sesuatu yang praktis, ekonomis, dinamis, dan demokratis. Berbahasa Jawa dengan menerapkan *unggah-ungguh* merupakan tindakan yang kurang demokratis menurut kebanyakan masyarakat penutur Jawa. Menurut Wahab (2001) pemahaman seperti itu

terhadap penggunaan bahasa Jawa adalah perkembangan negatif bahasa. Meskipun demikian menurut Purwadi (2011: 248) dalam tulisannya menyimpulkan bahwa Etika Komunikasi dalam budaya Jawa merupakan sebuah penggalian nilai kearifan lokal demi memperkokoh jatidiri serta kepribadian bangsa. Dalam rangka pembinaan budi pekerti luhur atau akhlaqul karimah, nilai kearifan lokal itu menjadi bahan ajar yang perlu diberikan disemua lembaga pendidikan, baik formal maupun informal.

Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Menurut Mayer & Greenwood (dalam Silalahi, 2010: 27) membedakan dua jenis penelitian Deskriptif: Deskriptif kuantitatif dan deskriptif Kualitatif. Deskriptif Kualitatif semata-mata mengacu pada identifikasi sifat-sifat yang membedakan atau karakteristik sekelompok manusia, benda, atau peristiwa. Pada dasarnya, deskriptif kualitatif melibatkan proses konseptualisasi dan menghasilkan pembentukan skema-skema klasifikasi. Sedangkan menurut Silalahi (2010: 77). Penelitian Kualitatif merupakan suatu proses penyelidikan untuk memahami masalah social berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informasi secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah.

Pengumpulan data digunakan teknik Focus Group Discussion (FGD) dan melalui kuesioner. FGD terdiri dari 3 kelompok masyarakat yang secara sosiologis antropologis memiliki beberapa perbedaan. Kelompok FGD 1, terdiri 10 orang tua atau dewasa yang berasal dari kelurahan Mojosongo, yang mewakili

kelompok masyarakat pinggiran kota Surakarta. Kelompok FGD 2, terdiri 10 orang tua atau dewasa yang berasal dari kelurahan Banjarsari, yang mewakili kelompok masyarakat pusat kota Surakarta.

Kelompok FGD 3, terdiri 10 orang tua atau dewasa yang berasal dari kelurahan Baluwarti, yang mewakili kelompok masyarakat pusat kebudayaan Jawa karena berada dilingkungan keraton Kasunana Surakarta. Sedangkan data dari kuesioner digunakan untuk menjangkau pandangan dan realitas atau kondisi kemampuan berbahasa Jawa dikalangan remaja. Sampel adalah siswa SD Negeri 81 Jagalan Surakarta, SMP Negeri 26 Surakarta dan SMA Negeri 2 Surakarta, masing-masing 20 siswa. Analisis data dilakukan melalui teknik triangulasi dan metode Interaktif (Huberman dan Miles, 1997).

Sajian dan Analisis Data

Focus Group Discussion (FGD) dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 19 Juli 2015 di Gedung FISIP UNS. Hasil dari FGD terbagi menjadi tiga kelompok diskusi bagian yang terdiri dari tiga wilayah penelitian yakni kelompok Kelurahan Baluwarti Kecamatan Pasar Kliwon, Kelurahan Kepatihan Kecamatan Jebres, dan Kecamatan Banjarsari.

a. Kelurahan Baluwarti, Kecamatan Pasar Kliwon

Dari hasil diskusi yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa terdapat banyak kesamaan tentang apa yang terjadi dengan etika komunikasi bahasa Jawa di masyarakat terutama di wilayah Kecamatan Baluwarti. Meskipun wilayah Baluwarti merupakan wilayah tempat dimana Kraton Surakarta berada namun mengalami keadaan yang relatif sama. Etika komunikasi bahasa Jawa ternyata mengalami banyak kemunduran. Bukan

hanya dari segi penggunaan bahasa Jawa itu sendiri, namun etika yang melekat dalam bahasa Jawa itu sendiri kini sudah tidak ada lagi. Penggunaan bahasa Jawa secara umum yang digunakan oleh kebanyakan masyarakat adalah Jawa ngoko. Bahasa kromo hanya digunakan kepada kalangan tertentu terutama oleh generasi tua, dan terbatas digunakan pada acara-acara tertentu pula yang bersifat resmi atau adat.

Bentuk pelanggaran etika komunikasi bahasa Jawa yang terjadi kebanyakan adalah mayoritas penggunaan bahasa Jawa ngoko yang lebih dominan dalam kehidupan sehari-hari mengakibatkan bahasa ngoko digunakan masyarakat tanpa memperhatikan batasan umur atau tingkatan bahasa. Orang tua menggunakan bahasa Jawa ngoko kepada yang muda, dan orang yang lebih muda yang seharusnya menggunakan bahasa kromo kepada yang lebih tua akhirnya juga menggunakan bahasa Jawa ngoko kepada yang lebih tua. Hal ini mengakibatkan sikap perilaku (*ulat/unggah-ungguh/subasita*) yang melekat pada bahasa kromo ketika digunakan orang yang muda kepada orang yang lebih tua menjadi hilang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pudarnya etika komunikasi bahasa Jawa di masyarakat antara lain;

1. Lingkungan masyarakat yang sudah maju dan modern serta banyaknya pendatang karena arus urbanisasi penduduk dari berbagai daerah menyebabkan penggunaan bahasa Jawa menurun dan masyarakat lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia.
2. Orang tua dalam lingkungan keluarga sudah jarang bahkan tidak lagi mengajarkan bahasa Jawa yang baik dan benar kepada anak-anak mereka, terutama untuk bahasa Jawa kromo. Walaupun ada bahasa Jawa yang

digunakan sebatas hanya bahasa Jawa ngoko, sedangkan bahasa kromo digunakan hanya dalam forum-forum pertemuan Rukun Tetangga, misalnya dalam rapat rapat RT, acara-acara selamatan Kelahiran, Pernikahan, Kematian. Para orang tua biasanya kadang-kadang masih saling bertegur sapa dengan menggunakan bahasa Jawa kromo madya. Tuntutan perkembangan jaman menjadikan orangtua lebih menganjurkan atau menyuruh anak-anak mereka untuk mempelajari bahasa selain Jawa seperti bahasa Indonesia, bahasa arab, bahasa inggris atau bahasa asing lainnya.

3. Pendidikan di sekolah-sekolah formal menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar, dan pendidikan bahasa Jawa kini sudah tidak masuk dalam kurikulum wajib, maupun mata pelajaran tambahan. Terlebih lagi sekolah-sekolah dengan tuntutan akreditasi tertentu atau sekolah dengan basic agama tertentu mewajibkan anak didiknya menggunakan bahasa asing seperti Inggris atau Arab sebagai bahasa pengantar selain bahasa Indonesia.

Hasil diskusi yang terjadi antara para peserta dapat disimpulkan bahwa kondisi penggunaan etika komunikasi masyarakat dilingkungan kelurahan Baluwarti cukup memprihatinkan. Komunikasi sehari-hari yang mereka lakukan dengan anggota masyarakat lebih sering menggunakan bahasa Jawa ngoko atau kromo madya. Kemunduran atau mudarnya penggunaan bahasa Jawa dilingkungan masyarakat kelurahan Baluwarti sangat disesalkan oleh karena masyarakat kelurahan Baluwarti sebagaimana kita ketahui bahwa secara geografis, antropologis dan sosiologis adalah masyarakat yang berada dalam lingkungan keraton Kasunanan Surakarta

Hadiningrat. Anggota kelompok diskusi yang terdiri dari orang-orang tua dan dewasa merasakan adanya kondisi yang memprihatinkan tersebut yaitu kondisi mudarnya etika komunikasi bahasa Jawa dilingkungan kelurahan Baluwarti. Untuk itu mereka tetap berkeinginan besar untuk merubah keadaan tersebut.

Uraian diatas nampaknya sinkron dengan kondisi yang dialami anak-anak mereka para anak-anak dan remaja seperti terlihat dari Jawaban mereka melalui survey berikut ini. Intensitas siswa SD, SMP dan SMA dalam menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa pengantar sehari hanya dalam kategori kadang-kadang saja. Intensitas siswa SD, SMP, dan SMA dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Jawa di lingkungan sekolah juga menyebutkan mayoritas mereka hanya kadang-kadang saja berkomunikasi menggunakan bahasa Jawa.

Namun demikian ketika mereka diminta untuk memberikan masukan bagaimana agar masyarakat kelurahan Baluwarti kembali intensif secara tata krama yang baik dalam menggunakan bahasa Jawa, mereka mengusulkan agar bahasa Jawa menjadi kurikulum wajib untuk diajarkan disekolah dari tingkat SD, SMP dan SMA disamping itu lingkungan instansi atau birokrasi dalam hari-hari tertentu diwajibkan menggunakan bahasa Jawa dalam berkomunikasi sehari-hari. Kewajiban penggunaan bahasa Jawa itu diberlakukan untuk internal pegawai maupun masyarakat yang dilayani.

b. Kelurahan Setabelan, Kecamatan Banjarsari

Dari hasil diskusi yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa terdapat banyak kesamaan tentang apa yang terjadi dengan etika komunikasi bahasa Jawa di masyarakat terutama di wilayah Kecamatan Banjarsari. Saat ini etika

komunikasi dalam menggunakan bahasa Jawa yang di masyarakat sudah tidak begitu nampak. Rata-rata bahasa yang digunakan di masyarakat sehari-hari adalah bahasa Jawa ngoko, sedangkan bahasa kromo sendiri jarang digunakan. Penggunaan bahasa kromo biasanya hanya kadang-kadang digunakan pada kondisi atau acara-acara tertentu misalnya bertamu kerumah orang yang sudah dikenal, kemudian ketika berkomunikasi dengan orang yang lebih tua atau kepada seseorang yang mempunyai kedudukan/jabatan yang lebih tinggi (birokrasi).

Bentuk pelanggaran atau ketidak taat pada tata krama atau etika komunikasi dengan bahasa Jawa lebih sering terjadi dalam penempatan struktur dan tata bahasa Jawa. Kebanyakan yang salah/keliru, antara bahasa kromo dengan ngoko dan antara yang tua ke yang muda atau sebaliknya. Kekeliruan sikap/ subasita/ perilaku sering terjadi saat berbicara menggunakan bahasa Jawa kromo, seperti misalnya untuk mengatakan "kula sampun dahar, padahal seharusnya kula sampun nedo". Kesalahan seperti itu yang sering terjadi dalam komunikasi dengan bahasa Jawa, hal itu sering disebut "mbasake awake dewe". Di wilayah Banjarsari dan wilayah lainnya tatanan penggunaan bahasa Jawa ngoko lebih dominan daripada bahasa kromo, sehingga etika, tata krama atau unggah-ungguh yang melekat dalam penggunaan bahasa Jawa tidak terlalu penting. Akibat dari kebiasaan tersebut masyarakat lupa ketika harus menerapkan etika, tata krama dan unggah-ungguh dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Jawa krommo.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pudarnya etika bahasa Jawa di masyarakat Banjarsari antara lain;

1. Pengaruh lingkungan masyarakat yang kompleks. Banyak masyarakat

pendatang dengan berbagai latar belakang yang berbeda membuat bahasa Jawa hanya digunakan di lingkungan terbatas. Penggunaan bahasa Indonesia menjadi pilihan mayoritas masyarakat untuk mempermudah komunikasi dengan banyak orang karena lebih bisa diterima atau dipahami. Intensitas siswa SD, SMP, dan SMA dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Jawa dalam kehidupan sehari-hari mayoritas hanya kadang-kadang saja. Hal inilah yang menyebabkan penggunaan bahasa sehari-hari menggunakan bahasa Indonesia.

2. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bahasa Jawa yang baik dan benar sesuai etika yang berlaku. Adanya beberapa tingkatan, kosakata, dan ragam dalam penggunaan bahasa Jawa menyebabkan penggunaan bahasa Jawa dianggap terlalu sulit untuk dipelajari sehingga masyarakat khususnya anak-anak muda mencari alternatif bahasa lain yang lebih mudah untuk digunakan banyak orang. Tingkatan bahasa yang paling sering digunakan adalah bahasa Jawa ngoko, hal ini menyebabkan siswa hanya memahami bahasa Jawa ngoko karena tatakrama dan etika bahasa Jawa ngoko tidak terlalu rumit. Tetapi mereka menjadi tidak paham tentang etika dan tata krama bahasa Jawa.
3. Pengajaran/ pendidikan tentang bahasa Jawa baik dalam keluarga maupun dalam kurikulum pendidikan formal di sekolah kurang dan bahkan kurikulum bahasa Jawa dibeberapa sekolah sudah dihilangkan. Hal ini menyebabkan tidak adanya proses pewarisan bahasa Jawa kepada generasi muda. Intensitas penggunaan bahasa Jawa siswa SD, SMP, dan SMA dengan anggota keluarga di

rumah masih dalam kategori kadang-kadang saja menggunakan itupun pada umumnya menggunakan bahasa Jawa ngoko. Apabila hal ini masih terus berlanjut maka tidak ada pewarisan etika komunikasi bahasa Jawa pada generasi muda. Penggunaan bahasa Jawa di lingkungan sekolah juga hanya kadang-kadang saja. Saat ini justru pendidikan formal lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar. Bahkan bahasa Jawa tidak menjadi kurikulum wajib disekolah di Kota Surakarta.

Melihat kenyataan diatas sebenarnya banyak harapan dari para peserta untuk memperbaiki keadaan tersebut, diantaranya dengan tetap berusaha untuk belajar dan mengajarkan kepada lingkungan sekitar baik di lingkup keluarga, masyarakat sekeliling, maupun pendidikan di sekolah.

Dalam keseharian masih memakai bahasa Jawa kromo jika berbicara dengan orang yang lebih tua, namun jika berbicara dengan teman sebaya lebih sering menggunakan bahasa Jawa ngoko.

c. Kelurahan Mojosongo, Kecamatan Jebres

Beberapa faktor yang menyebabkan mudarnya etika komunikasi dalam berbahasa Jawa di lingkungan masyarakat Kecamatan Mojosongo.

1. Pengetahuan yang minim mengenai benar atau salah penggunaan bahasa Jawa dalam kehidupan sehari-hari karena biasanya menggunakan bahasa campuran, serta tidak ada yang mengajarkan secara khusus. Hal ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan bahasa Jawa di lingkungan keluarga dan pergaulan dengan teman-teman sebaya di kehidupan siswa SD, SMP ataupun SMA masih kadang-kadang saja.

Kemudian data menunjukkan bahwa orang tua menganjurkan menggunakan bahasa Jawa dalam kehidupan sehari-hari, namun tidak diajarkan secara khusus tingkatan yang benar mengenai bahasa Jawa.

2. Pengaruh lingkungan masyarakat dan sekolah karena minimnya pewarisan etika dan tata cara berbahasa Jawa. Hal ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan bahasa Jawa pada lingkungan keluarga, sekolah dan kehidupan sehari-hari dengan teman sebaya masih kadang-kadang saja.
3. Banyaknya budaya luar yang masuk, berkembangnya teknologi, globalisasi dan lunturunya tradisi. Tidak ada komitmen serius dari pemerintah untuk melestarikan bahasa daerah khususnya Jawa, sesuai etika dan aturan yang benar. Terbukti dengan minimnya pendidikan dasar baik dari keluarga maupun sekolah, minimnya anggaran untuk pembiayaan operasional. Data menunjukkan sebagian besar dari siswa SD, SMP, dan SMA mendapatkan pelajaran bahasa Jawa di sekolah, sedangkan di tempat lain hanya 5 orang saja. Sehingga sebaiknya pemerintah memaksimalkan sekolah dalam pembelajaran bahasa Jawa.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan atas data yang diperoleh melalui FGD maupun kuesioner dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Etika komunikasi berbahasa Jawa pada masyarakat Surakarta baik dilihat dari tindak tutur maupun dalam unggah unggah penggunaan bahasa Jawa sudah mulai mengalami pemudaran (degradasi) yang sangat parah terutama dikalangan anak-anak dan remaja. Frekuensi penggunaan bahasa Jawa

dengan segala unggah-ungguhnya sangat terbatas dengan teman sepermainan. Penggunaan bahasa Jawa dikalangan remaja pada umumnya hanya tingkatan Ngoko (kasar).

- b. Etika Komunikasi berbahasa Jawa dikalangan orang yang lebih dewasa atau lebih tua meskipun dapat dikatakan mulai juga mengalami kemunduran atau pemudaran namun masih lebih baik bila dibandingkan dengan kalangan anak-anak ataupun remaja, Dalam kegiatan kemasyarakatan terutama dikampung-kampung dan dalam komunikasi informal masih sering menggunakan bahasa Jawa kromo madyo (campuran antara Kromo dan Ngoko).
- c. Bila dibandingkan dari 3 kelompok kelurahan yang memiliki karakteristik antropologis dan sosiologis yang berbeda, yakni: Kelurahan Mojosongo yang mewakili masyarakat pinggiran, Kelurahan Banjarsari yang mewakili masyarakat perkotaan dan Kelurahan Baluwarti yang mewakili masyarakat lingkungan keraton, dapat disimpulkan bahwa aktifitas komunikasi dengan menggunakan bahasa Jawa pada masyarakat kelurahan Baluwarti terlihat lebih intensif menggunakan bahasa Jawa sesuai unggah-ungguh dan etika Jawa dibandingkan dengan dua kelurahan lainnya.

Sementara faktor-faktor yang menyebabkan memudarnya etika komunikasi berbahasa Jawa masyarakat Surakarta yaitu:

- a. Internalisasi nilai-nilai berbahasa Jawa dari orang tua yang sangat kurang.
- b. Intervensi bahasa Inggris dan Arab yang semakin intensif didorong oleh orang tua dan masyarakat.
- c. Penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar di sekolah sejak SD smp dengan Perguruan Tinggi dan kurangnya

pelajaran bahasa Jawa di sekolah-sekolah di Surakarta.

- d. Anak-anak merasa kurang gaul jika bicara dengan menggunakan bahasa Jawa dengan teman-teman sepermainan.

Daftar Pustaka

- Clifford Geertz. (1983). *Keluarga Jawa*. Jakarta: Grafiti Pers.
- Endraswara, Suwardi (2003). *Etika Hidup Orang Jawa*. Yogyakarta, Narasi.
- Herususanto, Budiono (2001). *Symbolisme Dalam Budaya Jawa*, Yogyakarta: Hanindita Graha Widya.
- Huberman, A Michael dan Miles Matthew B. (2009). "Manajemen Data dan Metode Analisis", dalam Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, terjemahan, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Johannesen. Richard L. (1996). *Etika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Litlejohn, Stephen W. (1996) *Theories of Human Communication*, Wadsworth Publishing Siongapore: Company.
- Litlejohn, Stephen W and Keren A. Foss (2008). *Theories of Human Communication*, Siongapore: Cengage Learning.
- Maryono Dwi Raharjo (2001). *Bahasa Jawa Krama*. Surakarta: Yayasan Pustaka Cakra.
- Moss, Sylvia and Stewart L. Tubbs (1996). *Human Communication*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sabdawara. 2001. *Pengajaran Bahasa Jawa Sebagai Wahana Pembentukan Budi Pekerti Luhur*. Makalah Konggres. Yogyakarta: Konggres Bahasa Jawa III.
- Suharti. (2001). *Pembiasaan Berbahasa Jawa Krama dalam Keluarga Sebagai Sarana Pendidikan Sopan Santun*. Makalah Konggres. Yogyakarta: Konggres Bahasa Jawa III.

- Silalahi, Ulber (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Suseno, Franz Magnis. (2001). *Etika Jawa Sebuah Analisis Filsafat tentang Kebijakan dan Hidup Jawa*. Jakarta: Gramedia.
- Tashakkori, Abbas dan Charles Teddlie, (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*, California: Sage Publications.
- de Valenzuela, Julia Scherba. (1992). American Speech-Language-Hearing Association (ASHA): "Guidelines for Meeting the Communication Needs of Persons With Severe Disabilities"
- Purwadi. "Etika Komunikasi Dalam Budaya Jawa", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9, No 3, 2011
- Srihartati Widyastuti, *Kompas* (17/05/2009)
- Harper, Douglas. "communication". Online Etymology Dictionary. Retrieved 2013-06-23.
- Subroto, Edi. dkk.,(2007) *Model Pelestarian dan Pengembangan Kemampuan Berbahasa Jawa Jawa Krama di Kalangan Generasi Muda*.Surakarta: UNS.
- Heppel, Daniel Justin. (2004) *Penyebab dan Akibat Perubahan Kebudayaan Jawa di Yogyakarta*. Malang. Universitas Muhamaddiyah Malang.
- Rahayu, Artati Muji. (2011). *Bahasa Jawa Sebagai Media Komunikasi Keluarga Jawa Masa Kini*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- <http://www.slideshare.net/Kitlaserna/communication-ethics,2014>
- https://www.mediabistro.com/portfolios/samples_files/943138_N6FLxQNkhfU0UVYW_Ek6BMb3v.pdf/ Leah McConnell/ Ethical Communication in the 21st Century.2014

MEDIA *ONLINE* DAN DERADIKALISASI TERORISME

**(Konstruksi pembingkai berita mengenai
Deradikalisasi *Islamic State Iraq and Suriah* (ISIS) pada
Media Portal Indonesia *www.kompas.com* dan *www.
republika.co.id*)**

Prahastiwi Utari

Sri Herwindya Baskara Wijaya

Monika Sri Yuliarti

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Univeritas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

The world today is faced with rampant acts of terrorism in the name of religion. One of the most terrorist organizations that threaten the world today, including in Indonesia is ISIS (Islamic State of Iraq and Sham) or IS (Islamic State). They established the Caliphate to the center of power in Iraq. Terrorist acts they are very barbarsime and inhumane to the victims of thousands of people and countless possessions. No wonder the world condemning and trying to stop savage ISIS actions in various ways both military and nonmilitary.

Infiltration understand ISIS has penetrated into many countries are no exception to Indonesia. Allegedly intense that hundreds of Indonesian citizens have joined the ISIS and perform "jihad" in Iraq and Syria. Expansion understand ISIS done through the Internet such as via youtube or other virtual channels. Various parties in Indonesia were made uneasy by it and attempt to stem the spread of terrorism is no exception ISIS mass media, especially online media in view of the spread of ISIS to members of overseas recruitment is mostly done via online.

*This research tried to uncover more about the construction of the framing of the news portals online media in Indonesia for reporting on de-radicalization efforts of ISIS. In this study, researchers used the analytical technique of framing a model Entman. Samples portal is an online site *www.kompas.com* research and *www.republika.co.id*. the online news focus on de-radicalization of ISIS by state institutions in Indonesia under President Joko Widodo and Vice President Jusuf Kalla.*

Keywords: *terrorism, online sites, radicalization, content analysis*

Pendahuluan

Radikalisme berbasis atau atas nama agama kini menjadi perbincangan serius di mana-mana. Secara literal, ia adalah suatu paham yang menghendaki perubahan, pergantian, penghancuran (dekonstruksi) terhadap suatu sistem di masyarakat sampai ke akarnya, dengan berbagai cara, meski melalui tindakan kekerasan dan militeristik. Radikalisme menginginkan perubahan total terhadap suatu kondisi atau semua aspek kehidupan masyarakat berdasarkan ideologi keagamaan puritan dan konservatif. Hal yang mencengangkan kita adalah bahwa gerakan ini sekarang menyebar di berbagai bagian dunia, dan menjadi isu global. Karena realitas gerakannya yang demikian, radikalisme menjadi gerakan transnasional.¹

Negara Islam Irak dan Syam (ISIS/ 'aIsIs/) (Bahasa Arab: *الدولة الإسلامية في العراق والشام* *al-Dawlah al-Islāmīyah fī al- 'Irāq wa-al-Shām*) juga dikenal sebagai Negara Islam (bahasa Inggris: *Islamic State (IS)* bahasa Arab: *الدولة الإسلامية* *ad-Dawlah al- 'Islāmīyah*), dan Negara Islam Irak dan Levant (bahasa Inggris: *Islamic State of Iraq and the Levant (ISIL)*) adalah sebuah negara dan kelompok militan jihad yang tidak diakui di Irak dan Suriah. Kelompok ini dalam bentuk aslinya terdiri dari dan didukung oleh berbagai kelompok pemberontak Sunni, termasuk organisasi-organisasi pendahulunya seperti Dewan Syura Mujahidin dan Al-Qaeda di Irak (AQI), termasuk kelompok pemberontak Jaysh al-Fatiheen, Jund al-Sahaba, Katbiyan Ansar Al-Tawhid wal Sunnah dan Jeish al-Taiifa al-Mansoura, dan sejumlah suku Irak yang mengaku Sunni.²

ISIS dikenal karena memiliki interpretasi atau tafsir yang keras pada Islam dan kekerasan brutal seperti bom bunuh diri dan menjarah bank. Target serangan ISIS diarahkan terutama terhadap Muslim Syiah dan Kristen. Pemberontak di Irak dan Suriah ini telah menewaskan ribuan orang. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menyebutkan lebih dari 2.400 warga Irak yang mayoritas warga sipil tewas sepanjang Juni 2014. Jumlah korban tewas ini merupakan yang terburuk dari aksi kekerasan di Irak dalam beberapa tahun terakhir. Aksi Negara Islam Irak dan Suriah (ISIS) ini telah menyebabkan tak kurang dari 30.000 warga kota kecil di timur Suriah harus mengungsi.³

Tokoh Sentral di Balik Militan ISIS adalah Abu Bakar al-Baghdadi.^[14] Di bawah kepemimpinannya, ISIS menyatakan diri untuk bergabung dengan Front Al Nusra, kelompok yang menyatakan diri sebagai satu-satunya afiliasi Al-Qaidah di Suriah. ISIS memiliki hubungan dekat dengan Al-Qaeda hingga tahun 2014. Namun karena misi berbelok dari misi perjuangan nasional dengan menciptakan perang sektarian di Irak dan Suriah dan penggunaan aksi-aksi kekerasan, Al-Qaidah lalu tidak mengakui kelompok ini sebagai bagian darinya lagi.⁴

Menurut laporan berita dari PBB, sejak bulan Februari 2014 pergerakan ini telah menyebabkan tewasnya sekitar 5.500 jiwa di negara Irak saja. Kemudian di Suriah, tepatnya pada hari Jumat, 18 Juli 2014, pasukan militer Negara Islam Irak dan Suriah melakukan pembantaian di sebuah ladang migas di provinsi Homs. Sedikitnya ada 270 tentara tewas, petugas keamanan sipil dibunuh, karyawan dibantai guna merebut ladang minyak. Berdasarkan laporan terakhir yang artikel.web.id dapatkan, organisasi ini telah menguasai 35% wilayah Suriah

1 <http://huseinmuhammad.net/menangkal-radikalisme-melalui-pesantren/>

2 http://id.wikipedia.org/wiki/Negara_Islam_Irak_dan_Syam, diakses 25 Maret 2015

3 *Ibid.*

4 *Ibid.*

termasuk ladang minyaknya. Masih banyak lagi kekejaman yang dilakukan oleh tentara hitam ini, termasuk memaksa warga kristen pindah agama, mewajibkan perempuan melakukan khitan jika ingin tinggal di daerah kekuasaannya. Itulah pergerakan kejam dan keji yang telah dilakukan oleh *ISIS* sejauh ini.⁵

Jelaslah kiranya ideologi *ISIS* menakutkan. Mereka menyebarkan teror fanatisme komunal, menggelorakan konflik sektarian, fanatisme dan fundamentalisme. Kesemuanya itu sangat berbahaya bagi kehidupan. Fundamentalisme misalnya memaksakan kebenaran tertentu. Dalam konteks ini tentu *ISIS* ingin memaksakan kebenaran menurut versi mereka. Dalam konteks ini tentu *ISIS* ingin memaksakan kebenaran menurut versi mereka. Apa yang terjadi di Suriah dan Irak mutakhir memberikan gambaran yang jelas dan gamblang. Tak pelak lagi *ISIS* merupakan ancaman bagi Indonesia, negeri Pancasila yang menjunjung tinggi dan sangat menghormati pluralitas, mengembangkan nilai-nilai toleransi dan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.⁶

Tidak hanya sekadar retorika dan paham, bahaya *ISIS* bahkan sudah ke tingkatan konkret. Disinyalir kuat puluhan hingga ratusan warga negara Indonesia pergi ke Suriah untuk bergabung dengan *ISIS*. Kabar terakhir menyebutkan bahwa 16 WNI bermaksud pergi ke Suriah melalui Turki meskipun akhirnya mereka diketahui tertangkap aparat Turki. Jumlah ini belum termasuk WNI yang berada di Indonesia yang bermaksud pergi ke Suriah atau Irak dan seide dengan paham radikal *ISIS*.

Sejak *ISIS* menjadi fenomena dunia, media massa ikut berlomba memberitakannya tak terkecuali media-

media massa *online* di Indonesia. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguak lebih dalam bagaimana pembingkaiian berita oleh portal-portal media massa *online* di Indonesia (*kompas.com* dan *republika.com*) dalam memberitakan soal deradikalisasi *ISIS*. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauhmana kecenderungan media massa di Tanah Air dalam upaya ikut membentengi bangsa Indonesia dari pengaruh negatif paham radikal *ISIS*.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, perumusan penelitian ini adalah:

“Bagaimana konstruksi pembingkaiian berita mengenai deradikalisasi *Islamic State Iraq and Suriah* (*ISIS*) pada media portal Indonesia *www.kompas.com* dan *www.republika.co.id*?”

Tinjauan Pustaka

a. Berita

Kata “berita” berasal dari kata sanskerta, *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* menyebutkan, berita adalah “laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Berita dalam bahasa Inggris disebut *News*. Dalam *The Oxford Paperback Dictionary* terbitan Oxford University Press, *news* diartikan sebagai “informasi tentang peristiwa terbaru”.⁷ Berita adalah laporan tentang suatu kejadian yang baru atau keterangan yang terbaru tentang suatu peristiwa; suatu fakta yang menarik perhatian atau gagasan yang perlu disampaikan kepada khalayak melalui media massa umum.⁸

Asep Syamsul M Romli mengemukakan unsur-unsur nilai berita yang sekarang dipakai dalam memilih berita, unsur-unsur

5 <http://www.artikel.web.id/berita/siapakah-isis-sebenarnya-isis-adalah.html>

6 Trias Kuncahyono, *Genesis ISIS dan demonstrative effect di Indonesia*, (Mizan: Jakarta), 2014, hal 224.

7 <http://indicomm.wordpress.com/kode-etik-jurnalistik-2/jurnalistik-berita/>

8 <http://xerma.blogspot.com/2013/08/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>

tersebut adalah:⁹

1. Aktualitas, peristiwa terbaru, terkini, terhangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*).
2. Faktual (*factual*), yakni ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*).
3. Penting, besar kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences*), artinya, peristiwa itu menyangkut kepentingan banyak atau berdampak pada masyarakat.
4. Menarik, artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiosity*) dan minat membaca (*interesting*).

Sementara soal etika produksi berita oleh jurnalis, *Sembilan Elemen Jurnalisme* Bill Kovach sangat terkenal di dunia jurnalistik (memberikan panduan). Wartawan Amerika kelahiran Tennessee 1932 ini mengemukakan sembilan elemen jurnalisme dalam buku yang ditulisnya bersama Tom Rosenstiel, *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and The Public Should Expect*. Kedua wartawan veteran Amerika ini menggambarkan sembilan prinsip jurnalism (jurnalistik) sebagai tanggung jawab mendasar para jurnalis, standar kerja jurnalis, dan peran pers bebas dalam demokrasi.¹⁰

Kesembilan elemen jurnalisme itu adalah:¹¹

1. *Journalism's first obligation is to the truth.*
2. *Its first loyalty is to citizens.*
3. *Its essence is a discipline of verification.*
4. *Its practitioners must maintain an independence from those they cover.*
5. *It must serve as an independent monitor of power.*
6. *It must provide a forum for public criticism and compromise.*
7. *It must strive to make the significant interesting and relevant.*
8. *It must keep the news comprehensive and proportional.*
9. *Its practitioners must be allowed to exercise their personal conscience.*

b. Analisis Framing

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/peristiwa.

Dalam ranah studi komunikasi, analisis *framing* mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi,

9 <http://jurnalistikpraktis.blogspot.com/2013/04/sembilan-elemen-jurnalisme-bill-kovach.html>

10 <http://jurnalistikpraktis.blogspot.com>

11 Sobur, A. 2001. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Simiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 32.; Okta Wijaya Jati Kusuma, 2014, *Analisis Framing Pemberitaan Civil Violence FPI di Media Massa (Studi Analisis Framing Media Surat Kabar Harian Solopos Terhadap Pemberitaan Civil Violence FPI di Gandekan Solo)*, Surakarta: Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNS.

penonjolan, dan tautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perpektifnya¹².

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kata kunci dari analisis *framing* adalah seleksi isu, pola penonjolan dan menulis berita. Analisis *framing* berpusat pada produksi berita oleh media. Penonjolan adalah merupakan sebuah produk interaksi antara teks dan penerima, maka kehadiran *frame* dalam teks tidak menjamin pengaruhnya terhadap pemikiran khalayak¹³.

Media menseleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Menurut Durham *framing* membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Bagi khalayak, penyajian realitas yang demikian membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti¹⁴.

c. Framing Model Entman

Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. *Framing* dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita¹⁵.

Entman membagi perangkat *framing* ke dalam empat elemen sebagai berikut:

a. *Define Problems* (pendefinisian masalah)

Elemen pertama ini merupakan

bingkai utama/*master frame* yang menekankan bagaimana peristiwa dimaknai secara berbeda oleh wartawan, maka realitas yang terbentuk akan berbeda¹⁶.

b. *Diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah)

Elemen kedua ini merupakan elemen *framing* yang digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Oleh sebab itu, masalah yang dipahami secara berbeda, maka penyebab masalahnya akan dipahami secara berbeda pula. Dengan kata lain, pendefinisian sumber masalah ini menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korban dalam kasus tersebut¹⁷.

c. *Make moral judgement* (membuat pilihan moral)

Elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Setelah masalah didefinisikan dan penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak¹⁸.

d. *Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian)

Elemen keempat ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada

12 Eriyanto. 2011. "*Analisis Framing*": *Konstruksi Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Lkis.: *Ibid.*

13 *Ibid.*: *Ibid.*

14 Eriyanto, 2011, *Ibid.*; *Ibid.*

15 Eriyanto, *op cit.* ; *Ibid.*

16 *Ibid.*; *Ibid.*

17 *Ibid.*; *Ibid.*

18 *Ibid.*; *Ibid.*

bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah¹⁹.

Metodologi

Penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis framing. Menurut Sobur²⁰, framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/peristiwa. Sementara model analisis framing yang dipakai adalah analisis framing Entman. Dipilihnya model framing Entman ini karena model ini menyodorkan sejumlah perangkat analisis yang lengkap untuk melihat bingkai berita media yakni tentang masalahnya, penyebab masalah, argumentasi tentang masalah dan solusi atas masalah.

Sajian Data

a. Sajian Data Portal Republika Online

Populasi data riset ini merupakan berita-berita online tentang deradikalisasi pengaruh ISIS di Indonesia oleh lembaga-lembaga negara pada pemerintahan Jokowi-Jusuf Kalla dari situs www.republika.co.id. Setelah melalui random sampling, ditemukan 15 berita online pada situs www.republika.co.id yang diambil secara terseleksi yakni memilih berita-berita online tentang respons resmi lembaga-lembaga negara pada pemerintahan Jokowi-Jusuf Kalla. Lembaga-lembaga negara tersebut antara lain Presiden, Wakil Presiden, Kementerian Agama, Kementerian Sosial, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Polri, TNI, BNPT (Badan Nasional Penanggulangan Terorisme), MPR, DPR dan BIN (Badan Intelijen Negara).

Tabel 1. Koding Data Berita Situs Republika Online

No	Judul Berita	Edisi	Konten	Narasumber
1	BNPT Gandeng Komunitas Pemuda untuk Damai di Dunia Maya	Senin, 25 Mei 2015, 23:05 WIB	Dunia maya telah menjadi alat utama pelaku radikalisme dalam melancarkan propaganda menebar pesan kebencian, hasut, serta cara kekerasan seperti yang dilakukan kelompok ISIS (Islamic States of Iraq dan Syria). Melihat itu, Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) menggaungkan program Damai di Dunia Maya pada 2015 dengan menggandeng komunitas anak muda	Deputi I BNPT Agus Surya Bakti
2	Pancasila Bisa Efektif Tangkal Fenomena ISIS	Sabtu, 04 April 2015, 06:31 WIB	Sosialisasi Empat Pilar Bernegara oleh MPR bagi perguruan tinggi di Surabaya yakni Pancasila, UUD 1945, NKRI dan Bhinneka Tunggal Ika. Pancasila diyakini bisa menangkal pengaruh propoganda ISIS.	Wakil Ketua MPR, Bachtiar Aly

1 *Ibid; Ibid.*

2 Sobur, A. 2001. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Simiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 32.; Okta Wijaya Jati Kusuma, 2014, *Analisis Framing Pemberitaan Civil Violence FPI di Media Massa (Studi Analisis Framing Media Surat Kabar Harian Solopos Terhadap Pemberitaan Civil Violence FPI di Gandekan Solo)*, Surakarta: Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNS.

3	Antisipasi Ancaman ISIS, Kemenhukam Siap Revisi UU Antiteroris	Rabu, 25 Maret 2015, 00:19 WIB	Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenhukam) tengah menyiapkan payung hukum untuk mengantisipasi ancaman propaganda kelompok teroris Islamic State of Iraq and Syria (ISIS). Payung hukum itu dinilai sudah sangat mendesak setelah tertangkapnya 16 WNI di Turki yang disinyalir akan bergabung dengan ISIS	Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Yasonna Laoly
4	Kemenag Siap Lakukan Program Deredikalisasi ISIS	Jumat, 27 Maret 2015, 13:16 WIB	Kementerian Agama siap melakukan program deredikalisasi bagi WNI yang diduga bergabung dengan ISIS. program deredikalisasi tersebut melalui program pendidikan dan berdialog untuk menyamakan persepsi sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam keyakinan beragama.	Menteri Agama Lukman Hakim Syaifudin
5	'Pemerintah Kurang Perhatian, Warga Gabung ISIS'	Tuesday, 24 March 2015, 20:04 WIB	Isu ISIS menjadi hangat di Indonesia setelah ada upaya 16 WNI hendak berangkat ke Suriah. Ke-16 WNI ini masuk melalui perbatasan Turki dan Suriah. Isu ISIS di Indonesia timbul karena efek dari tak adanya tempat untuk berekspresi bagi individu. Untuk mencegah ini pemerintah mesti mendorong dialog di tengah masyarakat.	Ketua DPD, Irman Gusman
6	JK: Faktor Ekonomi dan Politik Penyebab Munculnya ISIS	Monday, 23 March 2015, 16:46 WIB	Faktor ekonomi dan politik menjadi penyebab munculnya ideologi kelompok radikal ISIS. kelompok radikal ini muncul karena adanya perebutan sumber ekonomi serta gejolak politik yang mengakibatkan negara melemah.	Wakil Presiden Jusuf Kalla
7	Panglima TNI: ISIS Ancam Indonesia	Senin, 01 Desember 2014, 16:24 WIB	Sepak terjang Islamic State Iraq and Syria (ISIS) di sejumlah negara di Timur Tengah mengundang kecaman dari dunia Internasional. Indonesia pun harus terus waspada dalam upaya membendung potensi ancaman teror dan masuknya ISIS.	Panglima TNI Jenderal TNI Moeldoko,

8	Wakapolri Sebut Daerah-Daerah Ini Jadi Kantong ISIS	Selasa, 17 Maret 2015, 13:42 WIB	Poso, Sulawesi Tengah, bukan menjadi satu-satunya wilayah para simpatisan paham Negara Islam Irak dan Suriah (ISIS).	Wakapolri Komjen Badrodin Haiti Kepala Bagian Penerangan Umum Divhumas Polri Kombes Rikwanto.
9	Mensos: Jihad ISIS Mati Syahid Masuk Surga Salah	Rabu, 25 Maret 2015, 16:30 WIB	penanganan paham radikal seperti munculnya ISIS tidak harus mengandalkan juru dakwah, namun diperlukan peran aktif pemerintah dan masyarakat mengingat gerakan itu muncul karena keserasian sosial tidak berjalan.	Menteri Sosial (Mensos) Khofifah Indar Parawansa
10	Jokowi Yakin, Negara Islam ISIS tak Akan Berkembang di Indonesia	Senin, 04 Agustus 2014, 22:22 WIB	paham radikal seperti yang dianut oleh pengikut Negara Islam Irak dan Suriah atau Islamic State of Iraq and Syria (ISIS) tidak akan berkembang di Indonesia. Menurut Jokowi, Indonesia memiliki kultur kesantunan yang kental. Sehingga, masyarakatnya tidak akan mudah dipengaruhi oleh paham radikal.	Presiden terpilih Joko Widodo (Jokowi)
11	'Jangan Mau Ditipu ISIS'	Selasa, 19 Mei 2015, 22:44 WIB	Kelompok Negara Islam di Irak dan Suriah (ISIS) dianggap telah banyak menyesatkan umat Islam termasuk Indonesia karena mengatasnamakan perjuangannya dengan nama agama	Ketua Komisi VIII DPR RI Saleh Partaonan Daulay
12	Mantan Pimpinan BIN: Jika ISIS Dibiarkan, tak Ada Lagi Toleransi	Minggu, 22 Maret 2015, 21:40 WIB	pemerintah harus segera menuntaskan isu bercokolnya paham Negara Islam Irak dan Suriah (ISIS). As'ad mengatakan, jika dibiarkan berlalu lalang di Indonesia, maka ISIS akan mengganggu stabilitas negara.	Mantan Wakil Kepala Badan Intelijen Negara (BIN) As'ad Said Ali
13	Kemenlu Tingkatkan Koordinasi dengan Pihak Keamanan Turki	Jumat, 13 Maret 2015, 12:51 WIB	Kementerian Luar Negeri akan meningkatkan kerja sama dan koordinasi dengan pihak keamanan Turki. Salah satunya adalah dengan mengirim satu tim lagi ke Turki untuk memperkuat kerjasama dengan negara tersebut	Juru Bicara Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Arrmanatha Nasir

14	Kemenkominfo Temukan 70 Konten Internet Terkait Terorisme	Selasa, 24 Maret 2015, 23:23 WIB	Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyatakan telah menemukan sekitar 70 alamat jejaring internet terkait propaganda terorisme Islamic State of Iraq and Syria (ISIS)	Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara
15	Cegah ISIS, Menko Polhukam Gandeng BNPT dan BIN	Kamis, 09 Juli 2015, 17:06 WIB	pemerintah akan mengambil langkah untuk mengantisipasi berkembangnya paham ISIS di Indonesia. Karena itu, pihaknya akan terus memonitor dan mengawasi pergerakan paham radikal ini.	Menko Polhukam, Tedjo Edhy Purdijatno Juru Bicara Kementerian Luar Negeri, Arrmanatha Nasir
16	Mendikbud Kaji Sanksi Terkait Buku Agama Ajarkan Kekerasan	Jumat, 20 Maret 2015, 19:25 WIB	Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) akan menarik semua Buku Pendidikan Agama Islam kelas XI SMA yang beredar di Jombang karena mengandung unsur radikalisme. Namun, belum ada sanksi yang akan diterapkan bagi penulisnya.	Mendikbud Anies Baswedan

Sumber: www.republika.co.id

b. Sajian Data Portal Kompas Online

Sementara untuk portal Kompas, sebanyak 15 berita online terpilih hasil kodingisasi data dari situs www.kompas.com adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Koding Data Berita Situs Kompas Online

No	Judul	Edisi	konten	Narsum
1	Cegah ISIS di Bandung, Ridwan Kamil Bikin Peraturan	Sabtu, 9 Agustus 2014 13:23	Wali Kota Bandung, Ridwan Kamil mengaku akan membuat sebuah peraturan, sebagai salah satu upaya untuk mencegah masuknya gerakan Islamic State in Iraq and Syria (ISIS) ke Kota Bandung. "Ada keputusan Wali Kota berupa pelarangan akan segera dibuat minggu depan," kata Emil usai deklarasi penolakan gerakan ISIS di Kota Bandung, di Pendopo Kota Bandung, Sabtu (9/8/2014). Emil juga akan bekerjasama dengan pihak kepolisian, termasuk melibatkan Brigadir RW yang telah diluncurkan beberapa bulan lalu. Emil pun mengimbau kepada warga Kota Bandung agar tidak mudah dipengaruhi paham-paham asing.	Wali Kota Bandung, Ridwan Kamil

2	Cegah ISIS, MUI "Intervensi" Khotbah di Masjid	Sabtu, 9 Agustus 2014 13:18	Di Ambon, Majelis Ulama Indonesia (MUI) wilayah Maluku mencegah pengaruh ISIS dengan cara meminta setiap masjid memberikan pencerahan lewat mimbar khotbah. "Kita minta para khatib di masjid-masjid agar memberikan khotbah yang sejuk. Ini sudah menjadi keputusan rapat yang kita ambil hari ini," kata Ketua MUI wilayah Maluku, Idrus Toekan usai menggelar rapat bersama seluruh ormas Islam di Kantor Gubernur Maluku, Sabtu (9/8/2014). Idrus mengatakan, dia juga akan meningkatkan pembinaan bagi umat Islam di Maluku melalui dakwah agar masyarakat dapat memahami bahaya ISIS	Ketua MUI wilayah Maluku, Idrus Toekan
3	Antisipasi ISIS, Seleksi Pengajuan Paspor Umrah Diperketat	Rabu, 11 Maret 2015 16:46	Kepala Kantor Imigrasi Pamekasan Slamet Mudjiono di Pamekasan, Rabu (11/3/2015), mengatakan, pengetatan pengurusan paspor ini dimaksudkan sebagai antisipasi kemungkinan warga yang menunaikan ibadah umrah itu melebihi batas masa tinggal di Arab Saudi. Salah satu pemicu adanya warga Indonesia yang bergabung dengan kelompok ISIS itu awalnya akibat kelebihan masa tinggal di Arab Saudi, lalu bergabung dengan kelompok radikal tersebut.	Kepala Kantor Imigrasi Pamekasan Slamet Mudjiono
4	Diteken, Peraturan Gubernur yang Melarang Gerakan ISIS di Jatim	Selasa, 12 Agustus 2014 16:43	Gubernur Jatim Soekarwo menandatangani Peraturan Gubernur (Pergub) mengenai larangan gerakan Negara Islam Irak dan Suriah (ISIS), Selasa (12/8/2014). Pergub Nomor 51 Tahun 2014 itu berisi empat pasal yang mengatur penindakan gerakan ISIS. Dalam pergub tersebut, para kepala daerah di Jatim juga diminta untuk melakukan sosialisasi, pembinaan, dan pengawasan di daerah masing-masing terhadap keberadaan gerakan ISIS. Masyarakat juga diminta untuk berperan aktif melaporkan kepada aparat jika mengetahui adanya gerakan ISIS di sekitar lingkungan mereka.	Gubernur Jatim Soekarwo
5	Cegah Perekrutan ISIS, BNP2TKI Perketat TKI ke Timur Tengah	Sabtu, 14 Maret 2015 15:39	Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI) mewaspadaai kemungkinan jaringan kelompok Negara Islam Irak dan Suriah (ISIS) menyoar calon TKI dalam perekrutan anggotanya. Untuk itu, BNP2TKI memperketat pengiriman TKI ke Timur Tengah. Menurut Nusron, dengan pembekalan nilai kebangsaan, hal	Kepala BNP2TKI Nusron Wahid Kepala BIN Marciano Norman

			itu semakin mengentalkan nasionalisme dalam diri calon TKI sehingga keindonesiaan dan keislaman mereka tidak akan goyah dengan ISIS.	
6	BNPT Usul Revisi UU Antiteror agar Pengikut ISIS Dapat Dipidana	Selasa, 17 Maret 2015 15:11	Kepala Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) Komjen Saud Usman Nasution mengatakan, Indonesia memiliki celah hukum terkait aktivitas kelompok-kelompok radikal, salah satunya ISIS. BNPT, lanjut Saud, akan melakukan sejumlah kajian dengan eksekutif atau legislatif supaya menutupi celah tersebut. BNPT ingin supaya paham radikalisme di masyarakat dapat dicegah sedini mungkin dengan mendasarkan diri pada undang-undang.	Kepala Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) Komjen Saud Usman Nasution
7	Pemerintah Ancam Cabut Paspor WNI yang Sengaja Gabung ISIS	Selasa, 17 Maret 2015 22:49	Pemerintah Indonesia mewacanakan siapapun warga Indonesia yang sengaja keluar negeri untuk bergabung dengan ISIS, akan dicabut paspornya. Kini, menurut Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Yasonna Laoly, dasar hukumnya sedang dikaji kementeriannya. Diungkapkan Yasonna saat ini pihaknya juga sudah berkoordinasi dengan sejumlah pihak, seperti Polri, Kemenlu, BIN dan Kemenpolhukam mengenai 16 WNI yang diduga bergabung dengan ISIS, setelah sengaja melepaskan diri dari rombongan wisata di Turki.	Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Yasonna Laoly
8	Cegah WNI Gabung dengan ISIS, Jokowi Diminta Terbitkan Perppu Khusus	Kamis, 19 Maret 2015 15:57	Presiden Joko Widodo dinilai perlu mengeluarkan peraturan pemerintah pengganti undang-undang (perppu) yang mengatur larangan kepada WNI untuk pergi ke negara konflik. Hal itu menyusul banyaknya WNI yang bergabung dengan Negara Islam Irak dan Suriah (ISIS). "Perppu ini dapat digunakan sebagai early warning system untuk melakukan pencegahan agar WNI kita tidak bergabung ke ISIS," kata Juru Bicara Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) Irfan Idris saat diskusi bertajuk "ISIS di Indonesia dan Upaya Pencegahan" di Jakarta, Kamis (19/3/2015).	Juru Bicara Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) Irfan Idris pengamat teroris dari Universitas Indonesia, Nasir Abas
9	Kementerian Sosial Diminta Aktif Tangkal Penyebaran Paham Radikal	Jumat, 20 Maret 2015 14:40	Ketua Komisi VIII DPR RI Saleh Partaonan Daulay, meminta Kementerian Sosial untuk secara aktif berpartisipasi dalam upaya menekan penyebaran gerakan radikalisme di Indonesia. Pasalnya, Kemensos memiliki banyak program yang langsung bersentuhan dengan masyarakat, khususnya kalangan menengah ke bawah.	Ketua Komisi VIII DPR RI Saleh Partaonan Daulay

			Saleh menjelaskan, banyak kajian yang mengatakan bahwa pemicu munculnya gerakan radikal tidak semata karena alasan keyakinan, tapi karena masalah ketimpangan sosial.	
10	Tangkal Paham ISIS di NTB, TNI Rangkul Pesantren	Rabu, 25 Maret 2015 16:31	Guna menangkal masuknya paham radikal Negara Islam Irak dan Suriah (ISIS) di wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB), berbagai cara dilakukan oleh jajaran TNI. Salah satunya adalah dengan merangkul pondok pesantren dari masuknya paham radikal tersebut. Danrem 162/WB Kolonel Czi Lalu Rudy Irham Srigede menyatakan, saat ini pihaknya telah masuk ke beberapa pondok pesantren untuk memberikan ceramah dan pemahaman terkait wawasan kebangsaan. Tujuannya untuk menangkal masuknya paham radikal di NTB.	Danrem 162/WB Kolonel Czi Lalu Rudy Irham Srigede
11	Mendagri: Pencabutan Kewarganegaraan WNI Perlu Dikaji secara Teliti	Kamis, 26 Maret 2015 20:04	Menteri Dalam Negeri Tjahjo Kumolo mengatakan, pengaturan kebijakan untuk mencabut hak kewarganegaraan WNI yang diduga terkait tindak terorisme perlu dikaji secara teliti. Ia menekankan, bagaimana pun, negara harus membela warganya saat berada di luar negeri. Tjahjo mengatakan, wacana pencabutan hak kewarganegaraan tersebut saat ini tengah dipertimbangkan untuk dimasukkan dalam poin revisi Undang-undang Nomor 15 Tahun 2013 tentang Tindak Pidana Terorisme.	Menteri Dalam Negeri Tjahjo Kumolo
12	Cegah ISIS, Wawancara Pemohon Paspor Lebih Intensif	Jumat, 27 Maret 2015 16:22	Kantor Imigrasi Kelas II Wonosobo, Jawa Tengah, memperketat pengajuan permohonan paspor RI, khususnya dengan tujuan Timur Tengah. Upaya ini untuk mengantisipasi berkembangnya paham kelompok Negara Islam dan Syiria (ISIS) di Indonesia, terutama di wilayah Kedu yang meliputi Kabupaten Wonosobo, Temanggung, Magelang, Purworejo, Banjarnegara dan Kota Magelang. Kepala Seksi Lalintuskim Kantor Imigrasi Kelas II Wonosobo, Agus Susdamajanto mengatakan, langkah ini juga untuk mencegah warga bergabung dengan kelompok radikal tersebut. Sebab, belakangan banyak WNI yang diduga bergabung dengan ISIS dengan modus melakukan perjalanan umrah dan wisata ke negara-negara di kawasan Timur Tengah.	Kepala Seksi Lalintuskim Kantor Imigrasi Kelas II Wonosobo, Agus Susdamajanto

13	Sikapi WNI Gabung ISIS, Pemerintah Ingin Merevisi UU Teroris	Minggu, 29 Maret 2015 21:11	Menteri Hukum dan HAM Yasonna H Laoly mengungkapkan adanya rencana pemerintah untuk merevisi Undang-Undang Terorisme. Menurut Yasonna, wacana tersebut muncul untuk mengatasi kesulitan pemerintah menekan aktivitas warga negara Indonesia yang menjadi relawan ISIS.	Menteri Hukum dan HAM Yasonna H Laoly
	Menag: Perlu Perppu untuk Cabut Kewarganegaraan WNI yang Membela ISIS	Senin, 30 Maret 2015 13:38	Menteri Agama Lukman Hakim Saifuddin mengatakan, pemerintah perlu menerbitkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang (Perppu) terkait penanggulangan penyebaran ajaran dan gerakan kelompok radikal ISIS. Ia menilai perlu ada aturan pencabutan hak kewarganegaraan WNI yang terlibat ISIS. Menurut Lukman, sejauh ini Indonesia belum memiliki landasan hukum untuk menindak secara pidana bagi WNI yang terlibat ISIS. Dampaknya, WNI yang memiliki keterlibatan dengan gerakan radikal tersebut tidak dapat dijerat hukum.	Menteri Agama Lukman Hakim Saifuddin Menteri Hukum dan HAM Yasonna H Laoly
	Situs-situs Ini Diblokir Pemerintah karena Dianggap Sebarkan Paham Radikalisme	Senin, 30 Maret 2015 16:24	Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara membenarkan adanya pemblokiran situs-situs yang menyebarkan paham radikalisme. Pemblokiran dilakukan atas permintaan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT). Menurut Rudiantara, permintaan pemblokiran disampaikan BNPT pada Jumat (27/3/2015) lalu. Langkah selanjutnya, sebut Rudiantara, yang dilakukan adalah dengan meminta internet service provider (ISP) untuk memblokir situs-situs yang dianggap menyebar paham radikalisme itu. Lamanya proses pemblokiran itu tergantung pada ISP.	Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara

Sumber: www.kompas.com

Analisis Data

a. Analisis Data Framing Berita Portal Republika Online

Dari sajian peta analisis dasar framing model entman pada portal Republika *online*, maka secara umum seperti tertuang dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. Framing Berita ISIS Pada Portal Republika Online

<i>Problem Identification</i>	Masalah ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, hukum dan pertahanan keamanan (militer) yakni ISIS sebagai ancaman.
-------------------------------	---

<i>Causal Interpretation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ISIS bertentangan dengan Pancasila, hukum-hukum di Indonesia dan sikap hidup bangsa Indonesia. • ISIS bertentangan dengan nilai-nilai kemanusiaan. • ISIS bertentangan dengan ajaran agama khususnya Islam. • Belum ada payung hukum tegas soal terorisme • Faktor ekonomi • Faktor ideologi
<i>Moral Evaluation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ajaran dan aksi-aksi ISIS tidak sesuai dengan nilai-nilai Pancasila yang menghormati kemanusiaan. ISIS juga bercita-cita mendirikan kekhalifahan Islam di dunia yang ini bertentangan dengan Pancasila karena bisa mengancam keberadaan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). • Ajaran dan aksi-aksi ISIS mendegradasi nilai-nilai kemanusiaan dengan melakukan berbagai aksi kekerasan dan terorisme yang brutal dan biadab • ISIS mengajarkan dan mempraktikkan kebencian, kekerasan dan terorisme yang melanggar kedaulatan suatu bangsa dan mendegradasi nilai-nilai kemanusiaan. Sementara agama mengajarkan perdamaian, penghargaan atas nilai-nilai kemanusiaan dan penghormatan atas kedaulatan suatu bangsa. • Faktor ekonomi karena anggota ISIS atau kandidat anggota ISIS mengalami kondisi kemiskinan dan tergiur tawaran ekonomis tatkala bergabung ke ISIS. ISIS berdiri karena banyak disebabkan faktor ekonomi yakni motif penguasaan atas aset-aset ekonomi negara di Iraq dan Suriah terutama minyak bumi. • Faktor ideologi karena kesamaan pandangan ideologi yakni ideologi yang cenderung literalis, radikal, hitam putih dan ekstrim.
<i>Treatment Recommendation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Solusi bidang ideologi • Solusi bidang politik • Solusi bidang ekonomi • Solusi bidang sosial • Solusi bidang budaya • Solusi bidang pendidikan • Solusi bidang hukum • Solusi bidang hankam/militer

Sumber: Diolah peneliti

1. *Problem Identification (Identifikasi Masalah)*

Dari sajian peta analisis dasar framing model entman pada portal Republika online, maka secara umum dapat ditarik benang merah dari aspek identifikasi masalah (problem identification) bahwa lembaga-lembaga negara di Indonesia baik eksekutif, legislatif maupun yudikatif memandang keberadaan Negara Islam Irak dan Suriah atau Islamic State Iraq and Suriah (ISIS) sebagai ancaman bagi bangsa Indonesia, masyarakat internasional, dan agama.

2. *Causal Interpretation (Interpretasi Penyebab)*

Negara Islam Iraq dan Suriah (ISIS) dipandang oleh portal Republika online sebagai ancaman bagi bangsa Indonesia, bagi masyarakat internasional, bagi agama dan bagi kemanusiaan. Dari aspek interpretasi penyebab (causal interpretation) ISIS adalah ancaman bagi bangsa Indonesia karena ajaran ISIS bertentangan dengan Pancasila sebagai ideologi bangsa dan semua peraturan di Indonesia serta sikap hidup bangsa

Indonesia. ISIS dipandang sebagai ancaman bagi kemanusiaan karena ISIS melakukan kekerasan dan teror yang menyebabkan jatuhnya banyak kehormatan dan jiwa manusia.

ISIS sebagai ancaman agama karena ajaran ISIS bertolak belakang dengan ajaran agama apapun termasuk Islam. ISIS mengajarkan kebencian, kekerasan dan terorisme, sedang ajaran agama mengajarkan kedamaian. Islam mengajarkan juga mengajarkan moderatisme dan menjadi rahmat bagi semesta alam. Selain itu, bergabungnya sebagian warga negara Indonesia ke ISIS dipandang lebih disebabkan faktor ekonomi dan ideologi.

3. Moral Evaluation (Argumentasi Moral)

Dari aspek argumentasi moral (moral evaluation), portal Republika online memframe keberadaan Negara Islam Iraq dan Suriah (ISIS) menjadi ancaman bagi semuanya. ISIS adalah ancaman bagi bangsa Indonesia karena ajaran ISIS bertentangan dengan Pancasila sebagai ideologi bangsa dan semua peraturan di Indonesia serta sikap hidup bangsa Indonesia. ISIS bertentangan dengan Pancasila karena ajaran dan aksi-aksi ISIS tidak sesuai dengan nilai-nilai Pancasila yang menghormati kemanusiaan. ISIS juga bercita-cita mendirikan kekhalifahan Islam di dunia yang ini bertentangan dengan Pancasila karena bisa mengancam keberadaan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

ISIS dipandang ancaman bagi dunia internasional karena aksi-aksi ISIS bertentangan dengan nilai-nilai kemanusiaan dengan melakukan berbagai aksi kekerasan dan terorisme yang brutal dan biadab kepada masyarakat yang dianggap musuh-musuhnya. Kondisi ini juga memaksa jutaan warga Suriah dan

Iraq mengungsi ke negara lain untuk menyelamatkan diri dari kekejaman ISIS.

ISIS juga dipandang sebagai ancaman bagi agama karena ajaran ISIS bertentangan dengan nilai-nilai agama. ISIS mengajarkan dan mempraktikkan berbagai kebencian, kekerasan dan terorisme yang melanggar kedaulatan suatu bangsa dan mendegradasi nilai-nilai kemanusiaan. Sementara agama mengajarkan perdamaian, penghargaan atas nilai-nilai kemanusiaan dan penghormatan atas kedaulatan suatu bangsa.

Demikian pula dengan ajaran Islam yang mengajarkan perdamaian, kesejukan dan menjadi rahmat bagi semesta alam. ISIS dipandang salah menafsirkan ajaran agama (Islam) sehingga menjadi ajaran yang ekstrem. ISIS juga dipandang hanya membajak wajah agama (Islam) untuk kepentingan politik dan ekonomi.

Sementara fakta menunjukkan bergabungnya sebagian warga negara Indonesia ke ISIS dipandang lebih disebabkan faktor ekonomi dan ideologi. Faktor ekonomi yakni karena kondisi kemiskinan dan tergiur tawaran ekonomis tatkala bergabung ke ISIS. ISIS sendiri berdiri karena banyak disebabkan faktor ekonomi yakni motif penguasaan atas aset-aset ekonomi negara di Iraq dan Suriah terutama minyak bumi.

Sedangkan faktor ideologi karena kesamaan pandangan ideologi yakni ideologi yang cenderung literalis, radikal, hitam putih dan ekstrim. Ideologi semacam ini menihilkan penghormatan atas perbedaan dan cenderung bersikap kaku dan ekstrem. Secara politik penganut ideologi ini bercita-cita mendirikan negara Islam atau kekhalifahan Islam. Negara Islam atau kekhalifahan Islam adalah negara yang menerapkan syariat Islam sebagai hukum resmi negaranya.

4. *Treatment Recommendation* (Rekomendasi Solusi)

Portal Republika online dalam frame beritanya mengajukan sejumlah solusi mengenai fenomena Negara Islam Iraq dan Suriah (ISIS). Di bidang ideologi yakni penguatan ideologi Pancasila sebagai ideologi bangsa. Jika Pancasila terinternalisasi kuat pada tiap warga negara Indonesia, maka ideologi asing yang tidak sesuai dengan bangsa Indonesia akan terfilter. Penguatan ideologi Pancasila ini bisa ditempuh melalui sosialisasi kontinu ke masyarakat oleh berbagai pihak. Selain itu, perlunya penguatan paham keagamaan yang moderat di masyarakat yakni paham keagamaan yang jauh dari sikap ekstrim yang sarat dengan kebencian dan kekerasan. Dengan paham keagamaan moderat maka bangsa Indonesia akan mampu membentengi diri dari pengaruh paham-paham keagamaan yang ekstrim yang menjadi sumber ideologi gerakan-gerakan radikal dan terorisme seperti ISIS. Penguatan paham keagamaan moderat bisa ditempuh melalui jalan dakwah oleh para ulama.

Di bidang politik yakni meningkatkan persatuan dan kesatuan bangsa. Jika masyarakat punya persatuan dan kesatuan yang kokoh, maka paham dan aksi-aksi bernuansa kekerasan dan terorisme akan bisa dihadapi. Penguatan persatuan dan kesatuan bangsa bisa dilakukan melalui penguatan dialog dan gotong royong di masyarakat. Selain itu melalui penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan berbangsa dan bernegara mengingat Pancasila sebagai ideologi bangsa yang diyakini mampu membendung dan menanggulangi ancaman ISIS di Indonesia. Di bidang politik internasional adalah meningkatkan kerja sama antar negara dalam menanggulangi bahaya ISIS.

Di bidang ekonomi yakni meningkatkan taraf hidup kesejahteraan masyarakat. Hal

ini bisa ditempuh dengan meningkatkan perekonomian negara sehingga kemiskinan bisa ditekan. Diyakini bahwa penyebab ISIS muncul salah satu penyebab utamanya adalah faktor ekonomi yakni minyak bumi. Sementara bergabungnya banyak orang ke ISIS sebagian disebabkan juga karena faktor ekonomi yakni faktor kemiskinan diri atau keluarga dan tawaran ekonomis yakni uang atau gaji oleh ISIS.

Di bidang sosial yakni melalui penguatan dialog di masyarakat dan dakwah. Dialog perlu ditumbuhkan di masyarakat agar mampu mewartakan perbedaan yang ada di masyarakat. Selain itu melalui dialog juga bisa memfasilitasi pihak-pihak yang selama ini tertutup di masyarakat agar lebih bisa membuka diri dan berbaur. Diyakini bahwa sebagian pihak yang bergabung menjadi anggota ISIS dikarenakan mereka terkucil di masyarakat sehingga enggan bersosialisasi dan berbaur di masyarakat.

Solusi lain yakni lewat jalan dakwah yakni secara sederhana diartikan mengajak ke kebaikan dan menutup jalan keburukan (*amar mar'uf nahi munkar*). Dalam konteks ini adalah mengajarkan dan mengimplementasikan ajaran agama yang moderat yakni tengah-tengah tidak ekstrim kanan maupun ekstrem kiri. Ajaran agama moderat ini merupakan ajaran agama yang sesuai dengan konteks masyarakat dunia dan masyarakat Indonesia yang majemuk yakni menghormati sunatullah perbedaan dan mampu bekerja sama dalam kebaikan. Para ulama memiliki peran strategis karena merekalah yang memahami ajaran agama moderat ini dan harus disebarluaskan sehingga umat tidak mudah terpengaruh paham-paham ekstrem yang memuat unsur kebencian, kekerasan bahkan terorisme.

Di bidang budaya yakni dengan menumbuhkembangkan budaya asli bangsa Indonesia yakni toleransi, dialog dan gotong-royong. Budaya toleransi yakni budaya yang

menekankan penghormatan atas perbedaan sebagai fakta di lapangan sehingga tidak mudah menyalahkan atau menganggap diri paling benar. Demikian pula budaya dialog menekankan adanya interaksi antar anak bangsa dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Budaya dialog ini lazim disebut musyawarah yang tercermin dalam Pancasila sila ke 4. Demikian pula budaya gotong royong sebagai budaya positif untuk mendorong kerja sama positif antar elemen di masyarakat dan mengikis sifat dan sikap individualisme di masyarakat. Sehingga paham-paham asing yang negatif termasuk paham ISIS bisa dibendung karena adanya kesadaran budaya toleransi, dialog dan gotong-royong.

Di bidang pendidikan yakni dengan meningkatkan monitoring terhadap materi ajar di lembaga-lembaga pendidikan di Indonesia. Jika ditemukan materi ajar yang mengajarkan kebencian, kekerasan dan terorisme, maka harus ditarik dan pembuatnya harus diberi sanksi yang tegas. Lembaga-lembaga pendidikan harus mengajarkan materi ajar yang sesuai dengan jati diri bangsa Indonesia sebagai bangsa yang majemuk, menghargai perbedaan,

mengutamakan musyawarah dan persatuan bangsa.

Di bidang hukum adalah revisi UU Terorisme agar memiliki payung hukum yang lebih jelas dan tegas dalam menangani soal terorisme, termasuk juga masalah keimigrasian yakni kerja sama dengan negara lain dalam memulangkan warga negara Indonesia yang tertangkap di negara lain karena terlibat terorisme.

Di bidang pertahanan dan keamanan adalah melakukan monitoring terhadap wilayah-wilayah yang dianggap berpotensi sebagai sarang terorisme serta melakukan penindakan hukum yang tepat terhadap para pelaku yang terlibat ISIS atau tindak terorisme lain. Selain itu melalui peningkatan kemampuan militer Indonesia dalam menjaga keamanan dan kedaulatan Indonesia melalui misalnya latihan antiterorisme dan peningkatan intelejen negara.

b. Analisis Data Framing Berita Portal Kompas Online

Dari sajian peta analisis dasar framing model entman pada portal Kompas *online*, maka secara umum seperti tertuang dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. Framing Berita ISIS Pada Portal Kompas Online

<i>Problem Identification</i>	Masalah ideologi, politik, ekonomi, hukum, pendidikan dan pertahanan keamanan (militer) yakni ISIS sebagai ancaman.
<i>Causal Interpretation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ISIS bertentangan dengan Pancasila, • ISIS bertentangan dengan nilai-nilai kemanusiaan • ISIS bertentangan dengan ajaran agama khususnya Islam. • Faktor ekonomi • Kurangnya wawasan kebangsaan
<i>Moral Evaluation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ajaran dan aksi-aksi ISIS tidak sesuai dengan nilai-nilai Pancasila yang mengakui kemajemukan bangsa dan ISIS bisa mengancam keberadaan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). • ISIS mendegradasi nilai-nilai kemanusiaan dengan melakukan berbagai aksi yang kejam dan biadab yang menghalalkan segala macam cara. • ISIS mengajarkan dan mempraktikkan kebencian, kekerasan dan terorisme. Sementara agama mengajarkan perdamaian, penghargaan atas nilai-nilai kemanusiaan dan penghormatan atas kedaulatan suatu bangsa.

	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor ekonomi karena anggota ISIS atau kandidat anggota ISIS tergiur tawaran ekonomis tatkala bergabung ke ISIS. • Indonesia adalah negara majemuk yang berlandaskan pada ideologi Pancasila yakni ideologi yang menjadi konsensus bangsa Indonesia
<i>Treatment Recommendation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Solusi bidang ideologi • Solusi bidang politik • Solusi bidang ekonomi • Solusi bidang sosial • Solusi bidang budaya • Solusi bidang pendidikan • Solusi bidang hukum • Solusi bidang hankam/militer

1. *Problem Identification (Identifikasi Masalah)*

Dari sajian peta analisis dasar framing model entman pada portal Republika online, maka secara umum dapat ditarik benang merah dari aspek identifikasi masalah (*problem identification*) bahwa lembaga-lembaga negara di Indonesia memandang keberadaan ISIS sebagai ancaman bersama khususnya bagi bangsa Indonesia.

2. *Causal Interpretation (Interpretasi Penyebab)*

Dari aspek interpretasi penyebab (*causal interpretation*) ISIS adalah ancaman bagi bangsa Indonesia karena ajaran ISIS bertentangan dengan Pancasila sebagai ideologi bangsa. ISIS dipandang sebagai ancaman bagi kemanusiaan karena ISIS melakukan kekerasan dan teror yang menyebabkan jatuhnya banyak kehormatan dan jiwa manusia.

ISIS sebagai ancaman agama karena ajaran ISIS bertolak belakang dengan ajaran agama apapun termasuk Islam. ISIS mengajarkan kebencian, kekerasan dan terorisme, sedang ajaran agama mengajarkan kedamaian. Islam mengajarkan juga mengajarkan moderatisme dan menjadi rahmat bagi semesta alam. Selain itu, bergabungnya sebagian warga negara Indonesia ke ISIS dipandang lebih disebabkan

faktor ekonomi yakni tergiur kekayaan atau harta benda yang ditawarkan ISIS kepada calon anggota atau anggota ISIS. Selain itu, mereka yang bergabung dengan ISIS adalah mereka yang wawasan kebangsaannya terhadap Indonesia dinilai kurang.

3. *Moral Evaluation (Argumentasi Moral)*

Dari aspek argumentasi moral (*moral evaluation*), portal Kompas online memframe beritanya bahwa keberadaan Negara Islam Iraq dan Suriah (ISIS) menjadi ancaman. ISIS adalah ancaman bagi bangsa Indonesia karena ajaran ISIS bertentangan dengan Pancasila sebagai ideologi bangsa dan bisa mengancam keberadaan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Dalam praktiknya, ISIS memedomani Islam sebagai ideologinya secara ketat dan kaku sehingga menihilkan adanya penghormatan atas perbedaan. Hal ini bertentangan dengan Pancasila yang mengakui adanya keberagaman dan Pancasila dipandang sebagai konsensus nasional. ISIS juga bertentangan dengan Pancasila karena ajaran dan aksi-aksi ISIS tidak sesuai dengan nilai-nilai Pancasila yang menghormati kemanusiaan.

ISIS dipandang ancaman bagi kemanusiaan karena aksi-aksi ISIS bertentangan dengan nilai-nilai kemanusiaan dengan melakukan berbagai aksi kekerasan dan terorisme yang brutal dan biadab

kepada masyarakat yang dianggap musuh-musuhnya. Kondisi ini juga memaksa jutaan warga Suriah dan Iraq mengungsi ke negara lain untuk menyelamatkan diri dari kekejaman ISIS. . Ratusan ribu orang tewas karena konflik dengan ISIS dan jutaan jiwa lainnya terpaksa mengungsi ke negara lain untuk menyelamatkan diri dari kekejaman ISIS.

ISIS juga dipandang sebagai ancaman bagi agama karena ajaran ISIS bertentangan dengan nilai-nilai agama yang mengajarkan perdamaian. Sementara ISIS mengajarkan dan mempraktikkan berbagai kebencian, kekerasan dan terorisme. Islam sebagai agama juga mengajarkan perdamaian, kesejukan dan menjadi rahmat bagi semesta alam. Dengan memahami Islam dan Keindonesiaan secara utuh maka tidak akan tergiur oleh tawaran-tawaran dari paham-paham ekstremis termasuk ISIS.

Sementara salah satu alasan utama bergabungnya sebagian warga negara Indonesia atau warga negara asing ke ISIS adalah disebabkan faktor ekonomi. Faktor ekonomi yakni karena tergiur tawaran ekonomis tatkala bergabung ke ISIS. banyaknya WNI yang bergabung dengan ISIS disebabkan motivasi kehidupan sejahtera. ISIS menawarkan kehidupan yang lebih baik kepada para pengikutnya apabila mereka bersedia meninggalkan negara-negaranya. Awalnya mungkin hanya kaum pria yang ke Suriah atau Iraq untuk bergabung dengan ISIS. Namun setelah melihat jaminan dan keamanan, maka giliran keluarganya lain yang datang.

Kurangnya pemahaman secara utuh atas wawasan kebangsaan Indonesia juga menjadi penyebab bergabungnya sebagian warga negara Indonesia menjadi anggota ISIS. Mereka itu memahami Indonesia secara parsial termasuk Pancasila sebagai ideologi dan konsensus bangsa. Bahwa bangsa Indonesia adalah

majemuk yang terdiri atas banyak suku, agama, ras dan antargolongan. Terlebih mereka terpengaruh ideologi asing ekstrem semacam ISIS yang cenderung menyeragamkan pandangan dan tidak mengakui kemajemukan. Prinsip-prinsip Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika, dan negara kesatuan Republik Indonesia cenderung diabaikan oleh mereka.

4. *Treatment Recommendation* (Rekomendasi Solusi)

- **Solusi bidang ideologi**

Rekomendasi solusi di bidang ideologi sebagai rekomendasi solusi dari frame berita Kompas online adalah melalui penguatan ideologi Pancasila serta ideologi agama yang benar. Pancasila sebagai ideologi bangsa dianggap mampu memfilter segala pengaruh asing yang bisa merusak bangsa Indonesia termasuk propaganda ISIS. Hal ini bisa dilakukan melalui penguatan sosialisasi ke semua komponen masyarakat dengan melibatkan semua pihak terutama lembaga-lembaga negara dan ormas kemasyarakatan.

Sementara ideologi agama dalam pengertian pemahaman dan penerapan ajaran agama dengan tafsir yang benar yang sesuai dengan kondisi bangsa Indonesia yang majemuk. Dalam hal ini adalah ideologi ajaran agama yang moderat yakni tidak ekstrim kanan maupun kiri yang menghargai kemajemukan dan perbedaan, tidak seperti ajaran agama model ISIS yang sangat radikal yang mengajarkan tafsir agama kaku, rigid, kebencian, kekerasan bahkan terorisme. Dalam konteks ini dengan melibatkan para tokoh agama yang punya kompetensi di bidang tafsir ajaran agama.

- **Solusi bidang politik**

Rekomendasi solusi di bidang politik sebagai rekomendasi solusi dari frame

berita Kompas online adalah melalui membuat dan memberlakukan regulasi yang secara khusus mengatur soal tindak terorisme seperti yang dilakukan ISIS. Misalnya dengan menerbitkan perda-perda yang mengatur soal ancaman ISIS. Dengan demikian bisa menjadi panduan dalam konteks penanganan terorisme secara tepat dan terencana. Di bidang politik adalah penguatan ideologi Pancasila dan wawasan kebangsaan yang kokoh sebagai pilar bangsa sehingga masyarakat bisa memfilter mana yang tidak sesuai dengan kepribadian bangsa.

- **Solusi bidang ekonomi**

Rekomendasi solusi di bidang ekonomi sebagai rekomendasi solusi dari frame berita Kompas online adalah melalui pengentasan kemiskinan. Diyakini bahwa salah satu penyebab utama orang bergabung ke ISIS adalah faktor ekonomi yakni kemiskinan dan tergiur harta atau gaji yang ditawarkan ISIS. program ini bisa dilakukan dengan melibatkan pihak-pihak yang banyak bersentuhan langsung dengan rakyat seperti kementerian sosial.

- **Solusi bidang sosial**

Rekomendasi solusi di bidang sosial sebagai rekomendasi solusi dari frame berita Kompas online adalah melalui dakwah yakni mengajak umat beragama agar membentengi diri dari pengaruh ajaran-ajaran yang merusak seperti ajaran ISIS. Dakwah dilakukan terutama dengan melibatkan para tokoh agama seperti kyai atau ulama yang mengajarkan agama yang moderat. Islam sejatinya adalah sebagai agama moderat yang menjadi rahmat bagi seluruh alam tidak mengajarkan kebencian, kekerasan dan terorisme seperti yang dilakukan ISIS. salah satunya adalah mengisi ceramah atau kotbah dengan materi pencerahan kepada umat soal bahaya ISIS.

- **Solusi bidang pendidikan**

Rekomendasi solusi di bidang pendidikan sebagai rekomendasi solusi dari frame berita Kompas online yakni sosialisasi penanganan soal paham-paham radikal dan terorisme melalui berbagai lembaga pendidikan seperti sekolah, kampus dan pondok pesantren. Disampaikan pada upaya ini berbagai materi yang berkaitan seperti penguatan ideologi Pancasila, ajaran agama yang moderat, apa itu ISIS beserta aksi-aksi brutalnya dan lain-lain. Diharapkan anak didik paham dan bisa memfilter diri dari berbagai pengaruh propaganda negatif seperti yang dilakukan ISIS.

- **Solusi bidang hukum**

Rekomendasi solusi di bidang hukum sebagai rekomendasi solusi dari frame berita Kompas online yang bisa ditempuh seperti merevisi UU Terorisme agar lebih tepat implementasinya, memperketat paspor ke luar negeri termasuk paspor haji dan umrah, memblokir situs-situs yang terbukti mengajarkan terorisme atau berafiliasi dengan ISIS, menerbitkan peraturan-peraturan yang mengatur tentang terorisme seperti ISIS, menerbitkan Perppu yang memperkuat legalitas dan implementasi penanganan soal terorisme dan mencabut status kewarganegaraan bagi warga negara Indonesia yang terbukti valid bergabung dengan ISIS.

- **Solusi bidang hankam/militer**

Rekomendasi solusi di bidang hankam sebagai rekomendasi solusi dari frame berita Kompas online adalah dengan melakukan sosialisasi tentang ISIS oleh pihak aparat keamanan ke berbagai lapisan masyarakat seperti sekolah, pondok pesantren hingga kampus. Tujuannya selain mendekatkan diri antara militer dengan rakyat juga sebagai bentuk preventif dalam menanggulangi tindak terorisme.

Kesimpulan

- a. Secara umum, kedua portal berita online ini dalam frame beritanya menunjukkan bahwa ISIS sebagai ancaman bersama dan lembaga-lembaga negara telah dipandang melakukan berbagai upaya yang berkesinambungan terkait dengan pencegahan perkembangan ISIS beserta paham radikalnya di Indonesia.
- b. Hasil analisis framing menunjukkan bahwa portal republika online melihat ISIS sebagai sebuah ancaman baik umat Islam secara keseluruhan maupun bagi bangsa Indonesia. Hal ini dikarenakan ISIS bertentangan dengan nilai-nilai asli agama, Pancasila dan hukum internasional karena ajaran ISIS yang penuh dengan kebencian dan kekerasan. Ajaran ISIS tidak sesuai dengan ajaran agama khususnya agama Islam sesungguhnya yang menjadi rahmat bagi semua alam (rahmatan lil alamin). Selain itu, lembaga-lembaga negara dipandang positif dalam menangkal bahaya ISIS.
- c. Portal kompas online juga menunjukkan frame tak jauh berbeda, di mana pemberitaan-pemberitaan yang dianalisis dalam penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwa ISIS menjadi ancaman bersama baik bagi bangsa Indonesia, agama maupun kemanusiaan. Selain itu, lembaga-lembaga negara cukup memiliki andil dalam pencegahan ISIS, terbukti dengan kemunculan berita-berita yang berhubungan dengan pencegahan ISIS ini melalui lingkup masyarakat umum, pesantren, sekolah, kampus atau lingkup dunia pendidikan secara luas.
- d. Meski demikian terdapat pula kecenderungan perbedaan framing diantara kedua portal online terkait dalam soal solusi menghadapi ISIS. Portal Republika Online lebih

cenderung menekankan pendekatan lintas bidang secara merata seperti ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, hukum, pendidikan dan keamanan, sementara portal Kompas online lebih kuat pada penanganan di bidang hukum sebagai solusi menonjol meskipun juga memberikan frame pada bidang solusi lainnya.

Saran

- a. Kepada lembaga-lembaga negara disarankan agar terus melakukan berbagai langkah dalam merespons bahaya ISIS mengingat potensi ancamannya semakin mengglobal. Langkah-langkah yang ditempuh di berbagai bidang baik preventif maupun antisipatif dengan melibatkan berbagai kalangan masyarakat sipil.
- b. Kepada elemen-elemen masyarakat agar meningkatkan kewaspadaan akan bahaya ISIS serta melakukan berbagai upaya melindungi masyarakat luas dari bahaya pengaruh paham ISIS.
- c. Kepada masyarakat luas agar meningkatkan kewaspadaan dalam merespons fenomena ISIS dengan tidak terpengaruh propaganda kaum radikal yang merusak bangsa.
- d. Kepada kaum agamawan agar lebih giat berdakwah mendakwahkan ajaran agama yang moderat tidak ekstrem kanan dan kiri sehingga umat terfilter dari pengaruh ajaran-ajaran ekstrem.
- e. Kepada kalangan media massa agar melakukan fungsi persnya yakni mendidik masyarakat melalui informasi-informasi positif dalam menangkal pengaruh negatif propaganda ISIS sekaligus melakukan fungsi pengawasan atas berbagai praktik-praktik penanggulangan paham-paham radikal di Indonesia agar sesuai koridor regulasi yang ada.

f. Kepada semua kalangan agar meningkatkan internalisasi ideologi Pancasila sebagai ideologi bangsa dan konsensus bangsa sehingga tidak mudah terpengaruh ideologi-ideologi lain yang belum tentu cocok dengan jati diri bangsa Indonesia.

<http://jurnalistikpraktis.blogspot.com/2013/04/sembilan-elemen-jurnalisme-bill-kovach.html>

<http://jurnalistikpraktis.blogspot.com>

www.republika.co.id

www.kompas.com

Daftar Pustaka

Sobur, A. 2001. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Simiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 32.;

Okta Wijaya Jati Kusuma, 2014, *Analisis Framing Pemberitaan Civil Violence FPI di Media Massa (Studi Analisis Framing Media Surat Kabar Harian Solopos Terhadap Pemberitaan Civil Violence FPI di Gandekan Solo)*, Surakarta: Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNS.

Eriyanto. 2011. *"Analisis Framing": Konstruksi Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Lkis.

<http://huseinmuhammad.net/menangkal-radikalisme-melalui-pesantren/>

[http://id.wikipedia.org/wiki/Negara Islam Irak dan Syam](http://id.wikipedia.org/wiki/Negara_Islam_Irak_dan_Syam), diakses 25 Maret 2015

<http://www.artikel.web.id/berita/siapakah-isis-sebenarnya-isis-adalah.html>

Trias Kuncahyono, *Genesis ISIS dan demonstrative effect di Indonesia*, (Mizan: Jakarta), 2014, hal 224.

<http://xerma.blogspot.com/2013/08/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>

<http://indicomm.wordpress.com/kode-etik-jurnalistik-2/jurnalistik-berita/>

<http://xerma.blogspot.com/2013/08/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>

IMPLEMENTASI MODEL STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DI RUMAH SAKIT PKU MUHAMMADIYAH

Tanti Hermawati
Prahastiwi Utari

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

A private hospital in Surakarta (especially Muhammadiyah hospitals) although it has implemented these types of marketing communications, but the packaging is still not well ordered. It is important to provide input by looking at the characteristics of the target audience or target hospitals. So this problem is more focused on how marketing communication has existed in private hospitals made a model of a communications strategy, in order that the health messages and services delivered in an integrated there. The purpose of this study was to determine the types of marketing communication that already exist, implemented at one hospital muhammadiyah that health messages and services delivered in an integrated there. The method used in this research is descriptive qualitative with profound observations on society. Data were obtained by interviews with several informants. Selection informant by purposive sampling study to obtain information on the characteristic of the target society as a hospital. The research will be able to produce a model of an integrated marketing communications strategy, and can be implemented in RSU PKU Muhammadiyah Delanggu. Model of integrated marketing communication strategies can be used as inputs hospitals as a basis for policy-making institution of delivering a message to the community hospital is packaged in an integrated manner so as to increase publicity.

Keywords: implementation Model, Message, Integrated Marketing Communication

Pendahuluan

Dalam era BPJS, rumah sakit banyak menjadi sorotan dari berbagai kalangan. Pelayanan yang kurang memuaskan, adanya penolakan pasien di rumah sakit, pembayaran yang tidak bisa di klaim oleh BPJS, mengatakan kamar penuh dan masih banyak lagi sorotan yang ditujukan pada rumah sakit. Hal ini disebabkan oleh adanya kesenjangan komunikasi antara

pihak pasien, rumah sakit dan BPJS serta pemerintah.

Komunikasi yang secara sederhana bisa diartikan sebagai penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan belum sepenuhnya dilaksanakan dengan efektif. Karena apabila komunikasi dilaksanakan secara efektif maka pesan yang disampaikan oleh komunikator akan dimaknai sama dengan yang diterima oleh komunikan.

Dalam tulisan ini akan lebih fokus kepada komunikasi yang dilakukan oleh rumah sakit, bagaimana cara menyampaikan pesan dari berbagai komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh rumah sakit, agar pesan disampaikan secara terpadu atau terintegrasi. Tujuannya adalah untuk menerapkan jenis-jenis komunikasi pemasaran yang telah ada di rumah sakit dengan model strategi komunikasi agar pesan kesehatan maupun layanan yang ada tersampaikan secara terintegrasi.

Tulisan ini merupakan hasil penelitian yang mengimplementasikan model strategi komunikasi pemasaran secara terintegrasi, dengan identifikasi komunikasi pemasaran yang diterapkan di rumah sakit. Model strategi komunikasi pemasaran yang terintegrasi ini dapat dijadikan masukan rumah sakit sebagai dasar pembuatan kebijakan untuk penyampaian pesan institusi rumah sakit kepada masyarakat dikemas secara terpadu sehingga dapat meningkatkan publisitas.

Penilaian masyarakat secara umum mengatakan bahwa rumah sakit merupakan salah satu perusahaan yang merupakan perusahaan non profit. Rumah sakit atau sarana kesehatan adalah sarana pelayanan kesehatan sebagai kesatuan sosio-ekonomi mengandung unsur norma moral dan norma etika baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat. Dalam perkembangannya, rumah sakit tidak lagi hanya merupakan perusahaan non profit yang bergerak di bidang sosial saja, namun sudah menuju *profit oriented*.

Sebagaimana perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang bisnis, tentu saja membutuhkan strategi tertentu dalam mengenalkan produknya, baik berupa barang ataupun jasa kepada calon pembeli atau pengguna jasa. Tentu saja rumah sakit

berbeda dengan perusahaan-perusahaan yang lain yang lebih ke arah bisnis murni. Namun demikian perusahaan harus memahami dalam mengkomunikasikan perusahaannya kepada khalayak agar target yang dituju benar-benar mengenai sasaran.

Organisasi atau perusahaan harus mengetahui siapa target pasarnya dan dengancaraapa harus mengkomunikasikan tentang perusahaannya. Apabila salah dalam menentukan strategi, maka target yang dituju tidak akan tercapai, sebagaimana yang dikemukakan Henley (2001 :180) *Organizations can fail to reach their objectives because they miss the mark when it comes to communicating messages to members, potential donors or other important constituencies such as leader and government officials*.

Dengan strategi komunikasi yang terencana dengan baik dimana dengan penggunaan jenis komunikasi pemasaran yang telah diterapkan di beberapa perusahaan seperti, periklanan, personal selling, sales promotions, public relations dan direct marketing akan membawa dampak yang baik pada peningkatan publisitas sebuah perusahaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Timothy M. Smith (2006 : 565) *The IMC framework is built on the foundation that if multiple communication are deployed appropriately, they can enhance one another's contributions*.

Kenyataan yang ada saat ini, perusahaan dan institusi masih menerapkan strategi komunikasi pemasaran secara sendiri-sendiri, belum terintegrasi secara sempurna. Padahal konsep komunikasi pemasaran terpadu merupakan sebuah konsep dari perencanaan pemasaran yang memperkenalkan nilai tambah dari rencana komprehensif yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi. Serta mengkombinasikan

disiplin-disiplin ini untuk memberikan kejelasan, konsistensi dan dampak komunikasi yang maksimal.

Pada dasarnya *integrated marketing communications* (IMC) adalah komunikasi. Dengan komunikasi ini, IMC berusaha untuk memaksimalkan pesan positif dan meminimalkan pesan negatif dari suatu brand, dengan sasaran menciptakan dan menyokong brand relationship. Hal ini akan menghasilkan keuntungan dan meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut.

Model Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu temuan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan pada salah satu rumah sakit yang menjadi subyek penelitian. Hal ini agar supaya hasil penelitian yang telah ditemukan pada tahap sebelumnya bisa dimanfaatkan dalam implementasi kebijakan rumah sakit. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Matthew S. Weber (2015: 68) *communicative processes involved in the implementation of strategic organizational initiatives*. Dengan demikian hasil penelitian pada tahap sebelumnya perlu diimplementasikan pada tahun kedua ini mengenai Implementasi Model Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu sebagai Upaya Peningkatan Publisitas.

Ada perbedaan yang sangat mencolok antara perusahaan bisnis dan institusi rumah sakit. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Namun dalam pedoman etika promosi rumah sakit (2011:3) menyebutkan : Salah satu kunci keberhasilan pemasaran rumah sakit dewasa ini adalah melalui promosi. Promosi tersebut harus sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya,

jujur, informatif, mendidik dan dapat membuat seseorang lebih memahami tentang pelayanan kesehatan yang mereka butuhkan.

Secara umum promosi rumah sakit harus bersifat informatif, edukatif dan preparatif. Informatif yaitu memberikan pengetahuan mengenai hal ikhwal yang ada relevansinya dengan berbagai pelayanan dan program rumah sakit yang efektif bagi pasien / konsumen. Edukatif yaitu memperluas cakrawala khalayak ramai tentang berbagai fungsi dan program rumah sakit dan penyelenggaraan kesehatan serta preparatif yaitu membantu pasien / keluarga pasien dalam proses pengambilan keputusan (PERSI, 2011: 6).

Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi model strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilaksanakan di RSUD PKU Muhammadiyah Delanggu?
2. Bagaimana langkah-langkah yang dijalankan RSUD PKU Muhammadiyah Delanggu dalam mengimplementasikan strategi tersebut?

Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial, dalam hidupnya manusia selalu menjalankan kehidupannya sebagai makhluk individu dan dalam kelompok sosial, komunitas, organisasi maupun masyarakat. Manusia selalu berinteraksi satu sama lain, sehingga tak lepas dari komunikasi, baik komunikasi antar personal, komunikasi dalam kelompok, komunikasi dalam organisasi dan publik serta komunikasi massa.

Dalam berkomunikasi, ada beberapa hal yang terlibat dalam aktivitas komunikasi tersebut, diantaranya : sumber

komunikasi, pesan komunikasi, media atau saluran, penerima pesan serta efek yang ditimbulkan dari aktivitas komunikasi tersebut.

Secara umum ada lima kategori fungsi (tujuan) utama komunikasi, yakni :

1. Sumber atau pengirim menyebarkan informasi agar dapat diketahui penerima.
2. Sumber menyebarkan informasi dalam rangka mendidik penerima
3. Sumber memberikan instruksi agar dilaksanakan penerima
4. Sumber mempengaruhi konsumen dengan informasi yang persuasive untuk mengubah persepsi, sikap dan perilaku penerima.
5. Sumber menyebarkan informasi untuk menghibur sambil mempengaruhi penerima (Liliweri, 2008:18)

Dalam komunikasi kesehatan, upaya meningkatkan kualitas hidup manusia harus mengikutsertakan peranan ilmu komunikasi, terutama strategi komunikasi, untuk menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi individu dan komunitas masyarakat agar dapat membuat keputusan yang tepat demi memelihara kesehatan mereka.

Salah satu cakupan komunikasi kesehatan adalah strategi komunikasi yang meliputi desain pilihan : komunikator kesehatan, pesan-pesan kesehatan, media kesehatan, komunikasi kesehatan (audiens-sasaran komunikasi), mereduksi hambatan komunikasi serta menentukan atau memilih konteks komunikasi kesehatan (Liliweri, 2008 : 52)

Rumah sakit PKU Muhammadiyah Delanggu yang merupakan rumah sakit swasta dalam menjalankan strategi komunikasi pemasarannya perlu memahami komunikasi yang dipilih. Rumah sakit merupakan sumber informasi atau komunikator atau Source.

Sebagai institusi layanan kesehatan, apabila ingin menyampaikan pesan kesehatan kepada audiens sasaran perlu mempertimbangkan beberapa aspek yang berpengaruh. Sehingga pesan apa yang ingin disampaikan bisa diterima sama oleh komunikan sebagai penerima pesan.

Pada umumnya, program-program yang berkaitan dengan komunikasi kesehatan yang dirancang dalam bentuk paket acara atau paket modul itu salah satunya dapat berfungsi untuk, *manage demand for health services*- memenuhi permintaan layanan kesehatan. Sedangkan cakupan komunikasi kesehatan sendiri diantaranya mencakup : advokasi, pendampingan melalui komunitas, kelompok atau media massa yang bertujuan untuk memperkenalkan kebijakan, peraturan dan program-program untuk memperbaharui kesehatan.

Sebagaimana telah disebutkan di atas bahwa di dalam komunikasi terkandung unsur-unsur pemberi pesan/ sumber, isi pesan, proses pemberitahuan, penerima pesan dan umpan balik. Secara lengkapnya, semua aktifitas komunikasi melibatkan delapan elemen berikut : Sumber, Penerjemah, Pesan, Saluran, Penerima, Interpretasi, Gangguan dan Umpan balik. Sumber atau source adalah orang atau kelompok orang, misalnya sebuah perusahaan, yang memiliki pemikiran (ide, rencana pelayanan, dan lain-lain) untuk disampaikan kepada orang atau kelompok orang lain.

Dari sumber ini kemudian ada penerjemah (encoding) pesan untuk mencapai pemikiran ke dalam bentuk-bentuk simbolis. Sumber tersebut memilih tanda-tanda spesifik dari berbagai kata, struktur kalimat, symbol dan unsur non verbal yang amat luas pilihannya, untuk menerjemahkan sebuah pesan hingga dapat dikomunikasikan dengan efektif

kepada khalayak sasaran. Message atau pesan adalah suatu ekspresi simbolis dari pemikiran sang pengirim. Saluran adalah yang dilalui pesan dari pengirim kepada penerima. Sedangkan penerima adalah orang yang dengan mereka, pihak pengirim berusaha untuk menyampaikan ide-idenya. Noise merupakan gangguan yang kadang terjadi dalam proses komunikasi. Unsur yang terakhir adalah feedback atau umpan balik, memungkinkan sumber pesan memonitor seberapa akurat pesan yang disampaikan dapat diterima.

Dalam penelitian strategi komunikasi, pihak yang paling berperan dalam hal ini adalah komunikator atau sumber. Terkait dengan sebuah institusi, maka komunikasi yang terjadi adalah komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi terjadi di dalam organisasi ataupun antar organisasi, baik bersifat formal maupun informal. Komunikasi informal adalah yang terjadi di luar struktur organisasi. (Daryanto, 2010: 37).

Institusi rumah sakit tentu saja merupakan sebuah organisasi yang terstruktur, sehingga dalam penyampaian pesan selalu direncanakan dengan sebaik-baiknya. Rumah sakit yang menyampaikan pesan kepada masyarakat kita katakan sebagai komunikator, dimana komunikator didefinisikan sebagai manusia berakal budi yang berinisiatif menyampaikan pesan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Apabila banyak orang atau lebih dari satu orang mempunyai tujuan yang sama dan akan mencapai tujuan tersebut terdapat pembagian kerja diantara para anggotanya maka wadah kerja sama yang terbentuk sebagai kesatuan banyak orang lazim disebut sebagai organisasi. Organisasi dilihat dari motif pendiriannya ada yang bermotif komersial atau mengejar keuntungan dan ada yang bermotif ideal yang bersifat nirlaba.

Fiske dan Hartley (1983:79) menjelaskan beberapa faktor yang menjembatani pengaruh komunikasi :

- a) Semakin besar monopoli sumber komunikasi yang diterima, maka semakin besar pula perubahan dan pengaruh dalam selera.
- b) Pengaruh komunikasi akan lebih besar bila pesan tadi dilandasi dengan opini, kepercayaan dan disposisi dari penerima.
- c) Komunikasi dapat menghasilkan pergeseran yang efektif pada suara-suara yang asing, suara yang lembut, piranti peripheral yang tidak ada pada system syaraf penerima.
- d) Komunikaasi akan lebih efektif bila sumber itu benar-benar dipercaya akan memberikan ketrampilan, status yang tinggi, obyektivitas atau kemampuan, dan bila sumber tadi secara khusus mempunyai kekuatan daan dapat diidentifikasi.

2. Strategi

Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen, strategi tidak hanya didefinisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategi dalam konsep manajemen strategis mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri yang dibuat oleh manajemen perusahaan.

Pada awalnya konsep strategi (*strategy*) didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*). Konsep generik ini terutama sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan di dalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan (war). Sedangkan cara yang digunakan oleh pasukan untuk memenangkan

pertempuran (*battle*) disebut dengan istilah taktik (Solihin, 2012: 24).

Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang bisa mempengaruhi permintaan terhadap produk maupun jasa, diantaranya mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi dan sebagainya. Dalam institusi rumah sakit, walaupun awalnya dikenal sebagai institusi sosial dan dikenal menolong sesama, tetapi pada perkembangannya tidak terlepas pada *profit oriented* juga. Hal ini juga perlu memperhatikan kompetitor rumah sakit lain, sehingga strategi yang tepat juga harus diperhatikan. Dalam penerapannya, kerap kali program pemasaran dipadukan atau dilaksanakan secara bersama-sama. Namun kadangkala ada juga situasi dimana manajer harus memilih program yang terbaik dikarenakan keterbatasan anggaran. Dalam menentukan pilihan program pemasaran terbaik, harus terlebih dahulu menyusun dan mengkomunikasikan strategi komunikasi pemasaran yang jelas.

Dalam sebuah institusi rumah sakit keagamaan, seperti RSUD Muhammadiyah Delanggu, perlu memperhatikan khalayak sasaran yang akan terkena terpaan jenis-jenis komunikasi pemasaran yang digunakan.

Strategi komunikasi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap program komunikasi pemasaran pada sasaran tertentu. Perusahaan bias menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program (seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, *public relations* dan *direct marketing*) memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan.

Oleh sebab itu dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergetik.

3. Komunikasi Pemasaran Terpadu

Persaingan dalam dunia usaha merupakan hal yang tak terelakkan dalam sistem ekonomi pasar, seiring dengan tumbuhnya perekonomian. Persaingan memaksa perusahaan menerapkan konsep pemasaran yang berbeda dengan perusahaan lain untuk terus memajukan perusahaan. Boyd (2000) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran (Boyd, 2000: 4)

Konsep inti dari pemasaran adalah pertukaran atau *exchange*. Alasan yang mendasari bahwa konsep inti dari pemasaran adalah pertukaran yaitu bahwa seluruh aktivitas yang dilakukan oleh individu dengan individu yang lainnya merupakan pertukaraan. Tak ada seorang individu pun yang mendapatkan sesuatu (barang atau jasa) tanpa memberikan sesuatu baik langsung maupun tidak langsung. Alasan terjadinya pertukaran adalah untuk memuaskan kebutuhan (Sutisna, 2002 : 264).

Shimp (2003:106) menyebutkan usaha komunikasi pemasaran diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan di bawah ini :

- a) Membangkitkan keinginan akan suatu kategori produk
- b) Menciptakan kesadaran akan merk
- c) Mendorong sikap positif terhadap produk dan mempengaruhi niat
- d) Memfasilitasi pembelian

Dalam proses penerimaan suatu produk, konsumen akan terfokus pada proses mental yang dilalui, mulai dari mendengar informasinya sampai memutuskan menggunakan produk tertentu. Dengan informasi yang dikomunikasikan dengan baik, mendorong konsumen untuk mencari informasi mengenai suatu produk yang kurang diketahuinya.

Ada beberapa pendapat yang dikemukakan oleh sejumlah pakar mengenai definisi komunikasi pemasaran terpadu (IMC). Shimp (2001: 24) menyebutkan bahwa IMC adalah proses pengembangan dan implementasi berbagai bentuk program komunikasi persuasif pelanggan dan calon pelanggan secara berkelanjutan. Tujuan IMC adalah mempengaruhi atau memberikan efek langsung kepada perilaku khalayak sasaran yang dimilikinya. IMC menganggap, seluruh sumber yang dapat menghubungkan pelanggan atau calon pelanggan dengan produk atau jasa dari suatu merek atau perusahaan, adalah jalur yang potensial untuk menyampaikan pesan di masa datang.

Definisi serupa juga dikemukakan oleh Kotler, et al (2004: 220) yang merumuskan IMC sebagai konsep yang melandasi upaya perusahaan untuk mengintegrasikan dalam rangka menyampaikan pesan yang jelas, konsisten dan persuasif mengenai organisasi dan produknya. Dalam bukunya *Service Management and Marketing*, Gronroos (2000: 221) mendefinisikan IMC sebagai strategi yang mengintegrasikan media marketing tradisional, direct marketing, public relations dan media komunikasi pemasaran lainnya, serta aspek-aspek komunikasi dalam penyampaian dan konsumsi barang dan jasa, layanan pelanggan dan *customer encounters* lainnya.

Jadi IMC adalah integrasi untuk menangani secara proporsional dan tidak lagi terfokus hanya pada pelanggan semata, tetapi perusahaan perlu mendengar masukan dari semua pihak (stakeholder) termasuk konsumen dan setiap titik kontak dengan public menyebarkan pesan komunikasi mulai dari produk, logo perusahaan, pengalaman menggunakan produk, iklan, layanan pelanggan, berita di media massa sampai rumor yang mampu menyebar secara berantai.

Komunikasi pemasaran selalu melalui proses dimana perusahaan menyampaikan pesan kepada stakeholder dalam mencapai tujuan perusahaan, untuk menginformasikan, mempengaruhi, mengingatkan atau membangun citra perusahaan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Chen, Chien Wei dalam *Journal of Global Marketing* : “*Marketing communication is a process through which a firm conveys a series of messages to stakeholders in pursuit of the firm’s goals-to inform, persuade, remind or build images to delineate product or service*” (2011: 40).

Dalam penerapan komunikasi pemasaran yang terpenting adalah pesan yang disampaikan harus dikemas secara terpadu dari berbagai jenis komunikasi pemasaran yang ada. Produk atau pelayanan baru, seperti halnya pelayanan yang ada di rumah sakit, apabila akan dikenalkan kepada masyarakat perlu dikomunikasikan dengan pesan yang tepat. Misalnya akan menggunakan kelima jenis komunikasi pemasaran secara menyeluruh, maka semuanya harus menyampaikan pesan yang sama. Dalam *Journal of Global Marketing* dikatakan : “*New product performance will be enhanced to the extent that the firm undertakes programs to generate communication visibility and simultaneously maintain a reasonably level of consistency in messages. Such findings are*

in accordance with the integrated marketing communication principle that aims to ensure consistency of message and the complementary use of media". (Chen, Chien Wei, 2011:411)

Dalam penelitian ini, komunikasi pemasaran yang akan ditekankan adalah periklanan, personal selling, sales promotions, public relations dan direct marketing. Kelima komponen inilah yang akan diterapkan oleh rumah sakit secara terintegrasi. Pesan dari masing-masing jenis komunikasi pemasaran akan dibuat dengan bercirikan empati pada masyarakat dan keterpaduan pesan. Dengan demikian brand image sebuah rumah sakit akan terbentuk sesuai dengan visi dan misi rumah sakit tersebut.

Model *Integrated Marketing Communication*, menurut A. Adji Watono dan Maya C. Watono menyebutkan Model tersusun dari tiga lingkaran (*circle*) yang disebut sebagai *Discovery Circle*, *Intent Circle* dan *Strategy Circle*. (2011: 79) *Discovery Circle* memuat elemen-elemen yang diarahkan untuk mengeksplorasi lingkungan eksternal (pasar, konsumen, pesaing) maupun lingkungan internal (di dalam produk/merek/nama perusahaan) dalam rangka menemukan insight-insight untuk pengembangan *brand*.

Intent Circle akan ditemukan masalah (*problem*) dan keuntungan (*advantage*) yang muncul setelah dilakukan analisis terhadap lingkungan eksternal maupun internal. Berdasarkan identifikasi masalah dan peluang akan ditentukan tujuan dan arah (*intent*) dari pengembangan komunikasi pemasaran yang akan dilakukan terhadap sebuah *brand*.

Strategy Circle berisi langkah-langkah penyusunan strategi dan taktik brand dalam memenangkan persaingan pasar setelah tujuan dan arah pengembangan dirumuskan, maka penyusunan strategi, taktik dan program dilakukan untuk bisa merealisasikan tujuan dan arah tersebut. Setelah dirumuskan, strategi, taktik dan

program akan dieksekusi di lapangan dan akan dievaluasi secara terus menerus sehingga tujuan yang hendak dicapai dapat diwujudkan.

Dalam *Journal Health Marketing Quarterly* disebutkan :

The three models work sequentially as a guide to generating out-standing communication results that marketers can use to guide their effort to generate effective communication programs : 1) Identification of strategic communication elements. The first model helps marketing communicators think through their strategic message, audiences and actions sought. 2) The business communication model provides a tactical overview of how to deliver marketing communication. 3) Communication Management Process depict the operational day to day process of executing all the communication activities. (William R. Gombeski et.al, 2007: 97).

Metodologi Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Studi kasus adalah penelitian dimana penelitian tersebut diarahkan pada karakteristik tertentu. Artinya hasil penelitian hanya berlaku pada kasus yang diteliti saja.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Klaten. Pemilihan lokasi tersebut dengan beberapa alasan, diantaranya karena penelitian ini ingin menawarkan dan mengimplementasikan model strategi komunikasi pemasaran terpadu pada rumah sakit swasta tersebut yaitu RSU PKU Muhammadiyah Delanggu.

c. Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari para informan penelitian, sedangkan data sekunder diperlukan sebagai data pendukung dalam penelitian ini.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data digunakan metode sebagai berikut :

1) Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan, pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan (Iskandar, 2009:121)

2) Wawancara

Merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan informan penelitian, dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang berada di sekitar rumah sakit, serta para pasien dan pengunjung rumah sakit mengenai pengetahuan mereka mendapatkan informasi mengenai rumah sakit.

3) *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan dalam dua kelompok. Kelompok yang pertama, FGD dengan masyarakat yang menjadi sasaran rumah sakit. Dan kelompok yang kedua adalah dari tim manajemen rumah sakit.

4) Dokumentasi

Adalah mencari data mengenai hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan lain-lain. Dalam hal ini dokumentasi diperlukan guna melengkapi hal-hal yang dirasa belum cukup dalam data-data yang telah diperoleh melalui pengumpulan lewat dokumen/catatan yang ada dan dianggap relevan dengan masalah yang diteliti.

5) Validitas Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan

melakukan pengecekan/ membandingkan data tersebut. Dalam penelitian ini, teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi data (sumber). Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Validitas data yang diperoleh dalam penelitian ini, dengan mengumpulkan data sejenis dan membandingkannya dengan sumber data yang berbeda dengan permasalahan yang sama.

6) Analisis Data

Salahsatu cara yang digunakan sebagai teknik analisis data dalam penelitian kualitatif adalah mengikuti model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam bukunya Sutopo (2002: 94). Dalam model analisis interaktif ini terdiri dari tiga komponen pokok yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan simpulan dengan verifikasi.

Pembahasan

Dari penelitian yang telah dilakukan di lokasi rumah sakit maupun di luar rumah sakit, diperoleh hasil bahwa masyarakat di tiga lokasi dalam mencari informasi ataupun memperoleh informasi tentang rumah sakit didapatkan informasi yang berbeda-beda antara satu informan yang satu dengan informan yang lain. Pada penelitian tahap pertama, telah diperoleh hasil bahwa dari ketiga rumah sakit swasta yakni, RS PKU Muhammadiyah Surakarta, RS PKU Muhammadiyah Karanganyar dan RSU PKU Muhammadiyah Delanggu menekankan bahwa dalam menjalankan komunikasi pemasaran, ketiganya menggunakan berbagai jenis komunikasi pemasaran, diantaranya Periklanan, Personal Selling, Sales Promotions, Public Relations dan Direct Marketing.

Dalam penelitian tahap kedua ini,

hasil yang diperoleh pada tahap pertama di-cross check-kan dengan masyarakat pengguna jasa layanan rumah sakit serta masyarakat yang ada di sekitar rumah sakit. Adapun data yang telah dikumpulkan, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Delanggu yang terletak di jalan raya antara Jogja Solo, secara lokasi memang menguntungkan. Masyarakat yang ada di sekitar rumah sakit banyak yang mengetahui keberadaan rumah sakit. Dalam teori pemasaran, istilah *4 P: Product, Price, Place dan Publicity*, RSU PKU Muhammadiyah Delanggu unsur *Place* bisa dikatakan cukup strategis. Selain itu komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh rumah sakit juga telah dilakukan secara lengkap diantaranya periklanan, *sales promotion, personal selling, public relations* dan *direct marketing*.

Informan dalam penelitian pada tahap II ini, diperoleh dari masyarakat, pasien ataupun keluarga pasien berkaitan dengan komunikasi pemasaran yang pernah dilakukan oleh rumah sakit. Diantara informan, sebagian besar mengetahui iklan yang pernah dilakukan oleh PKU. Ada yang melihat dari televisi (TA TV dan ADI TV) ada juga yang dari radio Swara Delanggu. Selain itu, informan yang menjadi peserta BPJS juga merasakan sales promotions yang dilakukan oleh PKU Muhammadiyah Delanggu. Dengan keringanan biaya tersebut, pasien merasakan adanya manfaat dari komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PKU. Selain itu, masyarakat yang tinggal di sekitar rumah sakit juga pernah berpartisipasi dalam event-event yang diselenggarakan PKU melalui kegiatan public relations yang diprogramkan oleh RSU PKU Muhammadiyah Delanggu.

Dari hasil penelitian ini, diperlukan

adanya sinkronisasi antara apa yang dilakukan oleh rumah sakit dan apa yang diketahui oleh masyarakat pengguna jasa rumah sakit. Hal ini diperlukan agar dalam membuat program komunikasi pemasaran tidak mubadzir dan sia-sia karena pesan yang ingin disampaikan belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat.

Untuk itu, diperlukan adanya perencanaan yang baik sebelum rumah sakit menentukan komunikasi pemasaran yang akan dijalankan. Fact finding, planning, actuating dan evaluating sangat dibutuhkan, sehingga pesan akan terencana dengan baik dan bisa sampai ke masyarakat melalui komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh rumah sakit.

Dalam implementasi model strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan di RSU PKU Muhammadiyah Delanggu, pertama kali yang dilihat adalah visi (vision) dari rumah sakit itu sendiri. Visi RSU PKU Muhammadiyah Delanggu harus sudah mampu menggambarkan "*what will our business be?*" dan "*what do we want to become?*"

Visi dibuat memiliki kaitan yang sangat erat dengan MISI perusahaan. Dalam arti arah strategis yang dinyatakan di dalam visi masih berada dalam lingkup yang dijalankan oleh perusahaan. Visi yang jelas akan menjadi landasan bagi pengembangan arah perusahaan yang komprehensif.

Evaluasi terhadap visi dan misi secara periodik perlu dilakukan, karena seiring perjalanan waktu, perusahaan bias saja mendapati dirinya berada di dalam bisnis "yang keliru" atau sudah tidak relevan lagi untuk saat ini.

Setelah visi yang ditetapkan sudah tepat, maka misi RSU PKU Muhammadiyah Delanggu juga harus menggambarkan penjabaran dari

visi rumah sakit tersebut. Misi yang dirumuskan untuk menjawab pertanyaan mendasar : *What is our business?, Who is our customer?, What does the customer buy?, What is value to the customer?* serta *What will our business be?*

Misi akan menggambarkan bisnis apa yang sedang dan akan dijalankan oleh perusahaan serta tujuan kualitatif apa yang ingin dicapai. Pertanyaan lain mengenai misi ini diantaranya : *Why is this firm in business?, What are our economic goals?, What is our operating philosophy in terms of quality, company image and self-concept?, What are our core competencies and competitive advantages?, What customers do and can we serve?* serta *How do we view our responsibilities to stockholders, employees, communities, environment, social issues and competitors?*

Pernyataan misi yang dibuat setidaknya-tidaknya mengandung tiga komponen diantaranya : Sensitivitas terhadap keinginan pelanggan (*sensitive to customer wants*), Perhatian terhadap masalah mutu / kualitas (*concern for quality*) dan Pernyataan visi perusahaan (*Statement of company vision*). Setelah visi dan misi ditetapkan, tujuan RSUD Muhammadiyah Delanggu yang merupakan hasil-hasil akhir (*end-result*) yang ingin dicapai rumah sakit perlu dirumuskan. Tujuan (*objectives*) merupakan hasil akhir yang ingin dicapai RSUD Muhammadiyah Delanggu dalam jangka waktu tertentu.

Visi, misi, tujuan rumah sakit apabila sudah jelas, rumah sakit melangkah kepada strategi yang digunakan. Strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*). Strategi dalam konsep manajemen strategic mencakup juga penetapan tujuan itu sendiri. Adapun konsep dan definisi strategi memperhatikan berbagai dimensi

"5 P's of Strategy" diantaranya : *Strategy as a Plan* yaitu Strategi merupakan suatu rencana yang terpadu, komprehensif dan terintegrasi yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan pokok perusahaan dapat dicapai. *Strategy as a Ploy* yaitu Strategi merupakan suatu maneuver yang spesifik untuk member isyarat mengancam kepada pesaing perusahaan. *Strategy as a Pattern* yaitu Strategi sebagai sebuah pola menunjukkan adanya serangkaian tindakan yang dilakukan oleh manajemen dalam mengejar sebuah tujuan. *Strategy as a Position* yaitu Strategi menunjukkan berbagai keputusan yang dipilih perusahaan untuk memosisikan organisasi perusahaan di dalam lingkungan perusahaan. *Strategy as a Perspective* yaitu Strategi menunjukkan perspektif dari para Strategist (pembuat keputusan strategis) di dalam memandang dunianya

Langkah selanjutnya adalah implementasi komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communication*). *Integrated Marketing Communication* yang merupakan kebijakan (*Policy*) dari rumah sakit sebagai *guide to action*. Kebijakan ini merupakan suatu panduan umum yang akan mengarahkan pembuat keputusan yang akan diambil oleh para pembuat keputusan di dalam perusahaan. Kebijakan menjadi pedoman yang akan menghubungkan formulasi strategi dengan implementasi strategi yang akan dilakukan perusahaan.

Model yang dijadikan pedoman dalam penentuan *integrated marketing communication* di RSUD Muhammadiyah Delanggu, sebagaimana telah ditawarkan dalam penelitian sebelumnya selanjutnya diimplementasikan dalam kebijakan rumah sakit. Model yang diterapkan di RSUD Muhammadiyah Delanggu dengan mengacu pada : *DISCOVERY CIRCLE* (Mengeksplorasi Lingkungan RSUD Muhammadiyah

Delanggu, Mengeksplorasi lingkungan internal RSUD Muhammadiyah Delanggu, Menemukan Insigth untuk Branding RSUD Muhammadiyah Delanggu). Selanjutnya INTENT CIRCLE (Menemukan masalah/problem RSUD Muhammadiyah Delanggu, Menemukan advantage/keuntungan-keuntungan yang ada di RSUD Muhammadiyah Delanggu, Menentukan tujuan arah / intent pengembangan komunikasi pemasaran terhadap brand RSUD Muhammadiyah Delanggu). Dan yang terakhir adalah STRATEGY CIRCLE (Menyusun langkah-langkah strategi, taktik dan program, Mengeksekusi pilihan dari Komunikasi pemasaran terpadu (IMC), Evaluasi berkala terhadap kebijakan yang telah dilakukan terhadap program IMC RSUD Muhammadiyah Delanggu). Sebelum mengeksekusi komunikasi pemasaran di RSUD Muhammadiyah Delanggu, perlu dilakukan langkah-langkah strategic, taktik dan program.

Tahapan dalam memilih jenis komunikasi pemasaran, Rumah sakit perlu melakukan Fact finding, Planning, Communicating (tahap eksekusi) dan Evaluating (dilakukan secara berkala) Sebelum RSUD Muhammadiyah Delanggu menentukan komunikasi pemasaran yang akan dipilih, sebaiknya melakukan *fact finding dan planning* terlebih dahulu. Pedoman yang dijadikan sebagai acuan adalah : **Siapa yang menjadi sasaran komunikasi**, Rumah sakit perlu mengenal dan mengetahui khalayak sasaran. Dapat juga dengan jalan mengetahui orang-orang kunci yang bias dijadikan sebagai khalayak sasaran : pemrakarsa, penentu keputusan, pemberi pengaruh, pengambil keputusan dan lain-lain.

Media dan metode apa yang digunakan. Perlu dipertimbangkan apakah komunikasi disampaikan melalui

media cetak, media elektronik, komunikasi tatap muka rumah sakit dan lain-lain. **Apa tujuan khusus komunikasi.** Perlu ditegaskan apakah untuk memperoleh permintaan informasi atau mengarahkan pasien berobat ke PKU. **Manfaat utama apa yang diperoleh.** Perlu mendaftar semua informasi yang diperlukan untuk komunikasi ini dan menyusunnya berdasarkan urutan prioritas. **Seberapa jauh kepuasan yang harus dicapai.** Mencari kebiasaan yang digunakan khalayak dalam memperoleh informasi rumah sakit yang paling diminati.

Apa harapan-harapan khalayak dari komunikasi ini: Pertimbangkan apa yang sesungguhnya ingin diketahui atau dipelajari oleh khalayak sasaran. **Bagaimana cara memenuhi harapan mereka respon apa yang dikehendaki dari komunikasi ini? :** Apakah daya tarik, gagasan, cukup kuat untuk membuat khalayak sasaran melakukan apa yang rumah sakit kehendaki. **Tujuan komunikasi akan tercapai jika pelanggan berpikir, percaya dan yakin bahwa RSUD Muhammadiyah Delanggu adalah pilihan yang tepat dalam pelayanan kesehatan :** Mencatat jawaban secara lengkap dengan menggunakan pendapat-pendapat pelanggan rumah sakit.

Selanjutnya langkah **Communicating**, langkah ini sudah merupakan eksekusi IMC (*Integrated Marketing Communication*). RSUD Muhammadiyah Delanggu bias memilih sesuai dengan fact finding dan planning yang telah dilakukan, mana yang paling sesuai digunakan dalam strategi komunikasi pemasaran rumah sakit. Jenis-jenis komunikasi pemasaran yang telah digunakan oleh RSUD Muhammadiyah Delanggu saat ini adalah *Advertising, Personal selling, Sales Promotion, Public Relations dan Direct Marketing*. Dari kelima jenis komunikasi pemasaran tersebut,

perlu dilakukan secara terintegrasi, sehingga pesan yang disampaikan oleh rumah sakit diterima sama oleh khalayak atau masyarakat sasaran rumah sakit.

Langkah terakhir dari model strategi komunikasi pemasaran terpadu ini adalah **Evaluasi**. Evaluasi dilaksanakan secara berkala guna melihat apakah IMC yang dipilih perlu dilakukan secara terus menerus ataukah ada perbaikan atau ada perubahan.

Kesimpulan

Dari paparan tulisan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Implementasi model strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilaksanakan di RSUD Muhammadiyah Delanggu diarahkan mengacu pada model strategi komunikasi pemasaran terpadu. Sehingga dalam implementasinya melihat secara terintegrasi antara lain :
 - a. Melihat visi RSUD Muhammadiyah Delanggu
 - b. Menyesuaikan misi dengan visi yang ada di RSUD Delanggu
 - c. Memperhatikan tujuan RSUD Muhammadiyah Delanggu
 - d. Menetapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu dengan melakukan :
 - *Discovery circle* (eksplorasi lingkungan internal dan eksternal)
 - *Intent circle* (Menemukan problem serta mengetahui keuntungan yang ada)
 - *Strategy circle* (penyusunan langkah, strategi dan taktik untuk eksekusi program IMC)
 - e. Evaluasi secara berkesinambungan.
2. Langkah-langkah yang dijalankan RSUD Muhammadiyah Delanggu dalam

mengimplementasikan strategi dengan cara melalui tahapan :

- a. *Fact finding*
- b. *Planning*
- c. *Communicating*
- d. *Evaluating*

Daftar Pustaka

- A.Adji Watono dan Maya C.Watono, (2011). *IMC Integrated Marketing Communicatio that Sells*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Alo Liliweri, 2008. *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Boyd, Walker & Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Chen, Chen Wei, (2011), *Integrated Marketing Communication and New Product Performance in International Market*, *Journal of Global Marketing*, Nov/Dec 2011, Vol 24, Issue 5 p 397-416
- Daryanto, (2010). *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fiske, John & Hartley, John. (1983). *Reading Television*. London : Routledge
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing, A Marketing Relationship Management Approach* (second edition). West Sussex: Chichester
- Henley, Teri Kline, 2001. *Integrated Marketing Communications for Local Nonprofit Organizations : Messages in Nonprofit Communications*, *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. Vol 9 Issues ½ p 179. 6p. 1 chart, New Orleans.
- Iskandar, 2009, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Gaung Persada
- Ismail Sholihin. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta : Penerbit Erlangga

- Matthew S. Weber et.al.. 2015. *Organizational Disruptions and Triggers for Divergent Sensemaking*. Vol 52(I), p 68. USA
- Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI), 2011. *Pedoman Etika Promosi Rumah Sakit*, Jakarta
- Philip Kotler. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Shimp, Terence. A. (2003). *Peiklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Sotopo HB, 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta : UNS Press.
- Timothy M.Smith et al,, 2006, *A Three-Stage Model of Integrated Marketing Communications at the Marketing-Sales Interface*. *Journal of Marketing Research*, Vol XI.III, p 564-579, American Marketing Association
- William R. Gombeski Jr et al, 2007, *Effectively Executing Comprehensive Marketing Comunication Strategy*. *Journal of Health Marketing Quartely* (The Howarth Press) vol 24 No. ¾ pp 97-115

**PANCASILA, PONDOK PESANTREN
DAN GLOBALISASI**
**(Pandangan dan Strategi Penguatan Ideologi Pancasila
dalam Merespons Arus Globalisasi di Kalangan Pondok
Pesantren di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah)**

Hamid Arifin

Pawito

Sri Herwindya Baskara Wijaya

Asal Wahyuni Erlin Mulyadi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

Today, the world is faced with globalization permeate all niches of human life, especially in the context of nation and state. Western civilization as a comprador world today as the origins of globalization echoed and disseminated to the various aspects of life from politics, economy, culture, information, education, health to ideology. Of course this is a challenge for Indonesia with Pancasila as its ideology.

Pesantren as one component of Indonesia also has an urgent position in the context of globalization. At least among pesantren Al Hikam and Al Fath in Boyolali view globalization as sunatullah and Muslims should respond optimally and wisely.

In response to globalization at least there are a number of things that deserve to be considered include Building the ability of Indonesia to filter all the impact of globalization, Developing the ability to resist and avoid the negative things that are at risk of reducing the values of the noble nation of Indonesia, Eliminates practices of contestation symbol of identity, associated parts, races, religions, and groups, to eliminate practices liberalization, such as the capitalization of natural resources, communications, education, health sector and other sectors, avoiding the application of the system of legal, economic and social that are not Pancasila as a reference for public assessment, improve understanding and acceptance of the ideology of Pancasila on every citizen of Indonesia through the family, education, formal / informal, media, politics and government policies, through the environmental (social institutions), through cultural / arts and through religion.

Keywords: globalization, Pancasila, boarding schools, students

Pendahuluan

Gejala globalisasi sudah agak beberapa lama bukan hanya dipandang sebagai kenyataan tetapi juga suatu keniscayaan. Pengalaman menunjukkan bahwa saling keterkaitan dan jalinan hubungan antara sesama penghuni planet bumi semakin mengalami percepatan. Pada tataran masyarakat dan bangsa banyak kenyataan membuktikan bahwa keniscayaan jalinan hubungan interaktif antara masyarakat dan/atau bangsa satu dengan lainnya semakin sulit dihindarkan. Di satu sisi gejala demikian sebenarnya merupakan penegasan terhadap dinamika hubungan anak-turun Adam yang sudah sejak lama sekali berkembang namun di sisi lain gejala ini nampaknya juga membawa hal-hal yang dapat dikatakan sama sekali baru.¹

Indonesia, sebagaimana banyak negara lain, kini menghadapi persoalan globalisasi di banyak lini terutama ekonomi, politik, informasi, dan budaya. Dalam hubungan ini media massa, terutama sekali televisi dan internet, sebegitu jauh terkesan sebagai media yang sangat spektakular dalam memfasilitasi proses-proses globalisasi melalui berbagai produk budaya yang disampaikan kepada khalayak termasuk misalnya berbagai paket acara pemberitaan, film, musik, iklan, quiz, maupun reality show. Kecenderungan demikian membawa konsekuensi yang luas dan mendalam terhadap perkembangan bangsa Indonesia; salah satu di antaranya adalah tantangan mengenai persoalan identitas nasional. Singkat kata globalisasi membawa tantangan identitas nasional, dan media massa tampil sebagai agen utama.²

Era globalisasi yang sedang melanda

masyarakat dunia, cenderung melebur semua identitas menjadi satu, yaitu tatanan dunia baru. Masyarakat Indonesia ditantang untuk makin memperkokoh jatidirinya. Bangsa Indonesia pun dihadapkan pada problem krisis identitas, atau upaya pengaburan (eliminasi) identitas. Hal ini didukung dengan fakta sering dijumpai masyarakat Indonesia yang dari segi perilaku sama sekali tidak menampakkan identitas mereka sebagai masyarakat Indonesia. Padahal bangsa ini mempunyai identitas yang jelas, yang berbeda dengan kapitalis dan fundamentalis, yaitu Pancasila. Krisis identitas yang mulai tergerus itulah yang menyebabkan banyaknya perbedaan diantara golongan dan berdampak timbulnya konflik ataupun permusuhan.³

Selama ini Pancasila tidak pernah lagi dihayati secara sungguh-sungguh dalam kehidupan bernegara sehingga negara morat-marit dan korupsi terjadi di mana-mana. Negara harus diselamatkan, dan salah satu caranya adalah menyelamatkan ideologi negara yang merupakan tugas bersama. Kondisi faktual menunjukkan nilai-nilai Pancasila mengalami keterpinggiran dari kehidupan masyarakat Indonesia itu sendiri. Akibatnya, di tengah berbagai capaian kemajuan dan keberhasilan bangsa, muncul bermacam persoalan kebangsaan yang membawa ancaman terhadap pilar-pilar kebangsaan. Konflik dan keresahan sosial mudah terjadi, dipicu oleh perbedaan latar belakang etnisitas, agama dan sebagainya. Kesantunan, toleransi dan tepa selira yang menjadi karakter orisinal bangsa kita meluntur karena penetrasi pemikiran dan tindakan individualistik.⁴

Upaya membumikan Pancasila

1 Pawito, *Media Massa, Globalisasi dan Identitas Nasional*, dalam <http://pustaka.uns.ac.id/?opt=1001&menu=news&option=detail&nid=236>,

2 *Ibid.*

3 <http://www.pusakaindonesia.org/jadikan-pancasila-sebagai-benteng-krisis-identitas-bangsa/>

4 <http://politik.kompasiana.com/2011/05/30/penguatan-pancasila-sebagai-dasar-ideologi-negara-367252.html>

secara sungguh sungguh dalam segala lini kehidupan, tampaknya masih “jauh panggang dari api.” (masih ada jarak yang jauh antara yang diharapkan dengan apa yang didapatkan. Penerimaan ideologi Pancasila yang sudah massif (ditingkat pengetahuan/pemahaman), ternyata belum dibarengi dengan implementasi yang optimal dalam kehidupan yang konkrit.⁵

Keadaan ini tidak boleh dibiarkan. Melihat kenyataan bahwa Pancasila semakin terpinggirkan, maka diperlukan kesadaran kolektif segenap elemen bangsa untuk merevitalisasi Pancasila sebagai dasar dan ideologi negara. Kesadaran kolektif merupakan prasyarat dan modal utama untuk dapat melihat secara utuh Pancasila sebagai nilai-nilai yang menjadi landasan fundamental bangsa Indonesia dalam membangun kerukunan, keserasian, keharmonisan, keadilan, dan kesejahteraan diantara sesama warga Indonesia.

Pancasila merupakan cita-cita luhur bangsa Indonesia tentang masyarakat yang baik. Pancasila memuat keharusan-keharusan yang bukan saja dialihkan kepada warga masyarakat, tetapi yang utama justru ditujukan kepada penyelenggara negara, baik pada tingkat pusat maupun daerah. Agar segala aturan dan kebijakan yang ditempuh dalam menyelenggarakan negara dilandasi dan berorientasi pada nilai-nilai Pancasila.⁶

Pesantren sudah lama dikenal sebagai institusi pendidikan keagamaan yang sangat unik dan indigenius, khas Indonesia. Telah beratus tahun lahir, tetapi ia masih eksis sampai hari ini, meski tanpa dukungan

financial langsung dari negara/pemerintah sekalipun. Ia sering dicap sebagai lembaga pendidikan tradisional, tetapi dalam perkembangannya juga melahirkan banyak generasi muslim yang memiliki pikiran-pikiran modern bahkan progresif. Ia sering dituding sebagai lembaga keagamaan konservatif dan statis. Ini adalah pandangan sekilas dan tidak kritis. Realitasnya Pesantren tetap eksis dalam dinamika modernitas. Pesantren telah mampu menunjukkan dirinya sebagai lembaga yang bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan identitas dirinya sendiri.⁷

Perumusan Masalah

1. Bagaimana pandangan kalangan pesantren terhadap fenomena globalisasi di Pondok Pesantren Al Hikam dan Pondok Pesantren Al Fath di Boyolali, Jawa Tengah ?
2. Bagaimana strategi dalam memperkuat ideologi Pancasila bagi bangsa Indonesia khususnya kalangan pesantren di Pondok Pesantren Al Hikam dan Pondok Pesantren Al Fath di Boyolali, Jawa Tengah dalam merespons arus globalisasi dewasa ini ?

Tinjauan Pustaka

a. Pancasila

Ideologi Pancasila merupakan pengutaraan sesuatu yang terumus dalam pikiran yang berkaitan dengan Pancasila sebagai falsafah mendasar dalam mengatur kehidupan bernegara, yaitu : Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, persatuan Indonesia, Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan, dan Keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia.⁸

5 Hamid Arifin, dkk, *PENGUATAN IDEOLOGI PANCASILA DALAM MERESPON ARUS GLOBALISASI DI KALANGAN PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN BOYOLALI*, Materi Pengabdian kepada Masyarakat (IbM) 21-22 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Hikam dan Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Jawa Tengah.

6 *Ibid.*

7 <http://www.pusakaindonesia.org/jadikan-pancasila-sebagai-benteng-krisis-identitas-bangsa/>, diakses 5 April 2015.

8 Hamid Arifin, dkk, *PENGUATAN IDEOLOGI*

Pancasila adalah ideologi dasar bagi negara Indonesia. Nama ini terdiri dari dua kata dari Sanskerta: *pañca* berarti lima dan *śīla* berarti prinsip atau asas. Pancasila merupakan rumusan dan pedoman kehidupan berbangsa dan bernegara bagi seluruh rakyat Indonesia.⁹

Lima sendi utama penyusun Pancasila adalah Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan yang adil dan beradab, persatuan Indonesia, kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, dan tercantum pada paragraf ke-4 Preambule (Pembukaan) Undang-undang Dasar 1945.¹⁰

Meskipun terjadi perubahan kandungan dan urutan lima sila Pancasila yang berlangsung dalam beberapa tahap selama masa perumusan Pancasila pada tahun 1945, tanggal 1 Juni diperingati sebagai hari lahirnya Pancasila.¹¹

Sejarah lahirnya Pancasila sebagai ideologi dan dasar negara Indonesia dimulai dengan dibacakannya sebuah pidato yang waktu itu masih belum memiliki judul oleh Soekarno pada sidang Dokuritsu Junbi Cosakai (BPUPK, atau Badan Penyelidik Usaha Persiapan Kemerdekaan yang nantinya diubah menjadi Badan Penyelidik Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia) yang jatuh pada tanggal 1 Juni 1945. Hingga hari ini, hari lahirnya Pancasila masih sering diperingati oleh masyarakat-masyarakat Indonesia meskipun tidak ada perayaan

yang megah seperti yang layaknya terjadi setiap tanggal 17 Agustus.¹²

b. Pondok Pesantren

Pesantren adalah sebuah pendidikan tradisional yang para siswanya tinggal bersama dan belajar di bawah bimbingan guru yang lebih dikenal dengan sebutan kiai dan mempunyai asrama untuk tempat menginap santri. Santri tersebut berada dalam kompleks yang juga menyediakan masjid untuk beribadah, ruang untuk belajar, dan kegiatan keagamaan lainnya. Kompleks ini biasanya dikelilingi oleh tembok untuk dapat mengawasi keluar masuknya para santri sesuai dengan peraturan yang berlaku.^[1]

Pondok Pesantren merupakan dua istilah yang menunjukkan satu pengertian. Pesantren menurut pengertian dasarnya adalah tempat belajar para santri, sedangkan pondok berarti rumah atau tempat tinggal sederhana terbuat dari bambu. Di samping itu, kata pondok mungkin berasal dari Bahasa Arab Funduq yang berarti asrama atau hotel. Di Jawa termasuk Sunda dan Madura umumnya digunakan istilah pondok dan pesantren, sedang di Aceh dikenal dengan istilah dayah atau rangkang atau menuasa, sedangkan di Minangkabau disebut surau.^[2]

Pesantren juga dapat dipahami sebagai lembaga pendidikan dan pengajaran agama, umumnya dengan cara nonklasikal, di mana seorang kiai mengajarkan ilmu agama Islam kepada santri-santri berdasarkan kitab-kitab yang ditulis dalam bahasa Arab oleh Ulama Abad pertengahan, dan para santrinya biasanya tinggal di pondok (asrama) dalam pesantren tersebut.^[3]

c. Globalisasi

Globalisasi adalah proses integrasi

PANCASILA DALAM MERESPON ARUS GLOBALISASI DI KALANGAN PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN BOYOLALI, Materi Pengabdian kepada Masyarakat (IbM) 21-22 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Hikam dan Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Jawa Tengah.

9 https://id.wikipedia.org/wiki/Lahirnya_Pancasila

10 *Ibid.*

11 https://id.wikipedia.org/wiki/Lahirnya_Pancasila

12 <http://www.portalsejarah.com/sejarah-lahirnya-pancasila-sebagai-ideologi-dan-dasar-negara-indonesia.html>

internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan lainnya.¹³ Kemajuan infrastruktur transportasi dan telekomunikasi, termasuk kemunculan telegraf dan Internet, merupakan faktor utama dalam globalisasi yang semakin mendorong saling ketergantungan (interdependensi) aktivitas ekonomi dan budaya.¹⁴

Secara umum, pengertian globalisasi adalah suatu proses yang mendunia dimana individu tidak terikat oleh negara atau batas-batas wilayah. Setiap individu dapat terhubung oleh siapa saja yang ada dibelahan bumi ini dan terjadi penyebaran informasi dan komunikasi melalui media cetak dan elektronik yang mendunia. Globalisasi sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *Globalization*. Kata "*Global*" berarti mendunia sedangkan "*Lization*" berarti proses. Sehingga dalam Pengertian Globalisasi menurut Bahasa adalah suatu proses yang mendunia. Globalisasi merupakan suatu proses masuknya negara ke dalam pergaulan dunia. Globalisasi membuat suatu negara semakin kecil atau sempit dikarenakan kemudahan dalam berinteraksi antar negara baik itu dalam perdagangan, teknologi, pertukaran informasi, dan gaya hidup maupun dengan bentuk-bentuk interaksi lainnya.¹⁵

Meski sejumlah pihak menyatakan bahwa globalisasi berawal di era modern, beberapa pakar lainnya melacak sejarah globalisasi sampai sebelum zaman penemuan Eropa dan pelayaran ke Dunia Baru. Ada pula pakar yang mencatat terjadinya globalisasi pada milenium ketiga sebelum Masehi.¹⁶ Pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20, keterhubungan ekonomi

dan budaya dunia berlangsung sangat cepat.

Istilah globalisasi makin sering digunakan sejak pertengahan tahun 1980-an dan lebih sering lagi sejak pertengahan 1990-an.¹⁷ Pada tahun 2000, Dana Moneter Internasional (IMF) mengidentifikasi empat aspek dasar globalisasi: perdagangan dan transaksi, pergerakan modal dan investasi, migrasi dan perpindahan manusia, dan pembebasan ilmu pengetahuan.¹⁸ Selain itu, tantangan-tantangan lingkungan seperti perubahan iklim, polusi air dan udara lintas perbatasan, dan pemancangan berlebihan dari lautan juga ada hubungannya dengan globalisasi.¹⁹ Proses globalisasi memengaruhi dan dipengaruhi oleh bisnis dan tata kerja, ekonomi, sumber daya sosial-budaya, dan lingkungan alam.

Globalisasi sebagai fenomena dimana batasan-batasan antar negara seakan memudar karena terjadinya berbagai perkembangan disegala aspek kehidupan, khususnya di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Globalisasi memaksa kita untuk menjadi bangsa yang harus membuka diri (menerima bangsa lain, dan memasuki dunia bangsa yang lain). Bangsa yang bersikap protektif (menutup diri) pasti akan tertinggal dibanding dengan bangsa-bangsa yang lain. Aspek globalisasi meliputi ekonomi, politik, kebudayaan, teknologi, pendidikan, dunia kerja, keluarga, dan sebagainya.²⁰

Ada beberapa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya globalisasi. Faktor-faktor penyebab terjadinya globalisasi adalah sebagai berikut...

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Hamid Arifin, dkk, *PENGUATAN IDEOLOGI PANCASILA DALAM MERESPON ARUS GLOBALISASI DI KALANGAN PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN BOYOLALI*, Materi Pengabdian kepada Masyarakat (IbM) 21-22 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Hikam dan Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Jawa Tengah.

¹³ <https://id.wikipedia.org/wiki/Globalisasi>

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ <http://www.artikelsiana.com/2015/01/pengertian-globalisasi-penyebab-dampak-globalisasi.html#>

¹⁶ *Ibid.*

1. Majunya ilmu pengetahuan pada teknologi transportasi yang mempermudah dalam jasa pengiriman barang keluar negeri.
2. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berperan menjamin kemudahan dalam transaksi ekonomi antar negara.
3. Kerja sama ekonomi Internasional yang memudahkan terjadinya kesepakatan-kesepakatan antarnegara yang terjalin dengan erat.²¹

Sajian dan Analisis Data

a. Pandangan Pesantren terhadap Globalisasi

1. Globalisasi sebagai Sunatullah

Mengenai pandangan kalangan pesantren terhadap ideologi Pancasila untuk studi kasus di Ponpes Al Hikam dan Ponpes Al Fath, Boyolali secara umum memandang globalisasi sebagai sunatullah. Artinya globalisasi sebagai kenyataan yang terjadi di lapangan yang harus diterima oleh semuanya termasuk bangsa Indonesia khususnya kalangan pondok pesantren.

Hal ini tergambar dari pandangan salah seorang pengasuh Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Ustad Abdurrahman saat kegiatan pengabdian kepada masyarakat (IbM), Sabtu, 22 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali:

“Globalisasi adalah kenyataan yang sedang terjadi di dunia saat ini termasuk bagi bangsa Indonesia khususnya juga umat Islam dan kalangan pondok pesantren.”

Pandangan serupa juga disampaikan salah seorang santri Pondok Pesantren Al Hikam Boyolali, Parto saat kegiatan

pengabdian kepada masyarakat (IbM), Jumat, 21 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali:

“Globalisasi tidak bisa dihindari lagi. Globalisasi menjadi fakta bersama bagi dunia termasuk bagi bangsa Indonesia khususnya umat Islam. Ini setidaknya bisa dilihat dari makin bertambahnya jumlah lembaga-lembaga pendidikan asing di Indonesia. Ini bagian dari dampak globalisasi juga.

b. Umat Islam harus Merespons Globalisasi

Kalangan pondok pesantren yang setidaknya dalam studi kasus ini pada kalangan santri dan pengasuh pondok pesantren Al Hikam dan Al Fath di Boyolali tidak hanya memandang globalisasi sebagai sunatullah melainkan juga globalisasi harus direspons secara bijaksana. Bangsa Indonesia khususnya umat Islam tidak boleh tinggal diam atas fenomena globalisasi dewasa ini melainkan juga harus menghadapinya secara optimal untuk kebaikan umat dan bangsa.

Hal ini tergambar dari pandangan salah seorang pengasuh Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Ustad Abdurrahman saat kegiatan pengabdian kepada masyarakat (IbM), Sabtu, 22 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali:

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa umat Islam Indonesia punya peran besar dalam kemerdekaan Indonesia. Sejarah telah membuktikan itu dengan tampilnya banyak tokoh-tokoh umat Islam dalam merebut dan mengisi kemerdekaan. Nasionalisme umat Islam tak perlu diragukan lagi dan umat Islam punya peran penting dalam mengisi masa depan termasuk dalam merespons globalisasi. Untuk itu umat Islam harus mengambil peran tidak bisa berdiam diri saja dalam merespons arus globalisasi dewasa ini.

Pandangan serupa juga disampaikan salah seorang ustadzah di Pondok Pesantren Al Hikam Boyolali, Lusiana saat kegiatan pengabdian kepada

²¹ <http://www.artikelsiana.com/2015/01/pengertian-globalisasi-penyebab-dampak-globalisasi.html#>

masyarakat (IbM), Jumat, 21 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali:

Menurut saya globalisasi memang harus direspons secara bijak dan optimal. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi agar bangsa Indonesia dan umat Islam tidak ketinggalan zaman. Dalam pandangan saya teknologi dalam kaitan globalisasi adalah hanya sebagai media saja, bukan tujuan. Jika dijadikan tujuan bisa berdampak negatif pada anak-anak didik. Jika sebagai media, maka bisa dihindari penggunaan media untuk tujuan negatif dan kita tidak bergantung pada media itu sendiri.

Pandangan serupa juga disampaikan pengasuh di Pondok Pesantren Al Hikam Boyolali, Ustad Nasikhin saat kegiatan pengabdian kepada masyarakat (IbM), Jumat, 21 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali:

Globalisasi adalah kenyataan dan bangsa Indonesia khususnya umat Islam harus pula meresponsnya. Kita punya Pancasila untuk merespons globalisasi tersebut. Pancasila adalah ideologi syar'i karena sila-sila dalam Pancasila digali dari hasil *istimbath* alquran dan hadist. Sila-sila Pancasila tidak ada yang bertentangan dengan konsep syariat Islam sehingga ideologi Pancasila bukan ideologi yang sesat. Islam indonesia adalah Islam moderat.

c. Strategi Merespons Globalisasi melalui Penguatan Ideologi Pancasila

Globalisasi sebagai hal yang tidak bisa dihindari lagi di era dewasa ini. Untuk itu penting membangun kemampuan bangsa Indonesia untuk menyaring segala dampak globalisasi, sehingga yang diperoleh hanyalah nilai-nilai positif yang sesuai dengan kebutuhan bangsa Indonesia. Sekaligus membangun kemampuan untuk menolak dan menghindari hal-hal negatif yang beresiko mereduksi nilai-nilai luhur bangsa Indonesia.

Beberapa hal yang dapat

dipertimbangkan untuk penguatan ideologi Pancasila dalam merespons arus globalisasi saat ini termasuk bagi kalangan pondok pesantren Al Hikam dan Al Fath di Boyolali adalah:²²

1. Membangun kemampuan bangsa Indonesia untuk menyaring segala dampak globalisasi, sehingga yang diperoleh hanyalah nilai-nilai positif yang sesuai dengan kebutuhan bangsa Indonesia.

Sebagai contoh budaya asing bisa dengan mudah masuk ke Indonesia, yang kemungkinan bisa memperluas wawasan, mengembangkan kerjasama dan pergaulan yang lebih produktif, misalnya budaya tertib, jujur, disiplin, dan sebagainya, menstimulasi sikap terbuka, menguatkan demokrasi, dan memberikan kemudahan yang lain.

2. Membangun kemampuan untuk menolak dan menghindari hal-hal negatif yang beresiko mereduksi nilai-nilai luhur bangsa Indonesia.

Budaya asing mudah masuk ke Indonesia, sehingga bisa melunturkan, mereduksi nilai-nilai luhur bangsa Indonesia, atau bahkan menggantikan budaya Indonesia. Sebagai contoh budaya individualisme, pragmatisme, hedonis. Untuk itu budaya asing yang negatif harus difilter sehingga tidak merugikan bangsa Indonesia.

3. Mengeliminasi praktik-praktik kontestasi simbol identitas, terkait suku, ras, agama, dan antar golongan.

Globalisasi rawan memunculkan kontestasi simbol-simbol identitas

22 Hamid Arifin, dkk, *PENGUATAN IDEOLOGI PANCASILA DALAM MERESPON ARUS GLOBALISASI DI KALANGAN PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN BOYOLALI*, Materi Pengabdian kepada Masyarakat (IbM) 21-22 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Hikam dan Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Jawa Tengah.

primordial seperti suku, agama, ras dan antargolongan (Sara). Hal ini selain tidak produktif juga akan menimbulkan dampak negatif lebih besar yang merugikan bangsa Indonesia termasuk umat Islam. Indonesia secara faktual merupakan bangsa majemuk dan berdiri sebagai sebuah negara dalam kemajemukan. Jika perbedaan yang ada dikontestasikan hanya akan memperlebar jurang perbedaan yang akhirnya akan bisa merugikan kita semua.

4. Mengeliminasi praktik-praktik liberalisasi, seperti kapitalisasi sumber daya alam, komunikasi, pendidikan, kesehatan, dan sektor sektor yang lain. Dampak negatif globalisasi diantaranya juga munculnya praktik-praktik liberalisasi di berbagai lini kehidupan. Hal ini akibat meleburnya sekat-sekat antarbangsa yang memiliki pandangan dan kepentingan berbeda-beda baik ekonomi, budaya, ideologi, politik dan lainnya. Penyenggara negara harus mengontrol diri agar praktik-praktik liberalisasi akibat globalisasi bisa difilter untuk kebaikan bersama.
5. Menghindari penerapan sistem hukum, ekonomi dan sosial yang tidak Pancasila sebagai acuan penilaian publik. Globalisasi bisa memunculkan ekseseks negatif di bidang hukum, sosial, ekonomi dan lainnya. Sementara di satu sisi Indonesia memiliki Pancasila sebagai acuan sumber manajemen kenegaraan dan kebangsaan di berbagai bidang kehidupan. Untuk itu, semua praktik-praktik penerapan sistem hukum, ekonomi, sosial dan lainnya yang tidak sesuai acuan Pancasila mesti diminimalisasi.
6. Meningkatkan pemahaman dan penerimaan ideologi Pancasila pada setiap warga negara Indonesia.

- a. Melalui keluarga
- b. Melalui pendidikan formal/informal
- c. Melalui media massa
- d. Melalui kebijakan politik dan pemerintahan
- e. Melalui lingkungan (lembaga-lembaga sosial)
- f. Melalui budaya/kesenian
- g. Melalui Agama

Penutup

Dewasa ini, dunia dihadapkan dengan globalisasi yang merasuki semua relung kehidupan manusia terutama dalam konteks berbangsa dan bernegara. Barat sebagai komprador peradaban dunia saat ini sebagai muasal globalisasi didengungkan dan disebarluaskan dengan berbagai lini kehidupan dari politik, ekonomi, budaya, informasi, pendidikan, kesehatan hingga ideologi. Tentu saja hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi bangsa Indonesia dengan Pancasila sebagai ideologinya.

Kalangan pesantren sebagai salah satu komponen bangsa Indonesia juga memiliki posisi yang urgen dalam konteks globalisasi. Setidaknya di kalangan pesantren Al Hikam dan Al Fath di Boyolali memandang globalisasi sebagai sunatullah dan umat Islam harus meresponsnya secara maksimal dan bijak.

Dalam merespons globalisasi setidaknya ada sejumlah hal yang layak diperhatikan antara lain Membangun kemampuan bangsa Indonesia untuk menyaring segala dampak globalisasi, Membangun kemampuan untuk menolak dan menghindari hal hal negatif yang beresiko mereduksi nilai nilai luhur bangsa Indonesia, Mengeliminasi praktik-praktik kontestasi simbol identitas, terkait suku, ras, agama, dan antar golongan,

mengeliminasi praktik-praktik liberalisasi, seperti kapitalisasi sumber daya alam, komunikasi, pendidikan, kesehatan, dan sektor sektor yang lain, menghindari penerapan sistem hukum, ekonomi dan sosial yang tidak Pancasila sebagai acuan penilaian publik, meningkatkan pemahaman dan penerimaan ideologi Pancasila pada setiap warga negara Indonesia melalui keluarga, pendidikan formal/informal, media massa, kebijakan politik dan pemerintahan, melalui lingkungan (lembaga-lembaga sosial), melalui budaya/kesenian dan melalui agama.

Mengingat derasnya arus globalisasi saat ini maka disarankan kepada semua pihak agar memperkokoh internalisasi ideologi Pancasila sebagai filter bagi bangsa Indonesia termasuk kalangan pesantren. Globalisasi adalah sunatullah, bangsa manapun di dunia termasuk bangsa Indonesia tidak bisa tidak bisa menghidarinya. Menerima globalisasi secara selektif dan mengoptimalkannya demi kebaikan bangsa dan umat manusia adalah jalan terbaik yang layak ditempuh.

Daftar Pustaka

Hamid Arifin, dkk, *PENGUATAN IDEOLOGI PANCASILA DALAM MERESPON ARUS GLOBALISASI DI KALANGAN PONDOK PESANTREN DI KABUPATEN BOYOLALI*, Materi Pengabdian kepada Masyarakat (IbM) 21-22 Agustus 2015 di Pondok Pesantren Al Hikam dan Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Jawa Tengah.

Pawito, *Media Massa, Globalisasi dan Identitas Nasional*, dalam <http://pustaka.uns.ac.id/?opt=1001&menu=news&option=detail&nid=236>,

<http://www.pusakaindonesia.org/jadikan-pancasila-sebagai-benteng->

[krisis-identitas-bangsa/](http://www.pusakaindonesia.org/jadikan-pancasila-sebagai-benteng-krisis-identitas-bangsa/)

<http://politik.kompasiana.com/2011/05/30/penguatan-pancasila-sebagai-dasar-ideologi-negara-367252.html>

<http://www.pusakaindonesia.org/jadikan-pancasila-sebagai-benteng-krisis-identitas-bangsa/>, diakses 5 April 2015.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Lahirnya Pancasila](https://id.wikipedia.org/wiki/Lahirnya_Pancasila)

<http://www.portalsejarah.com/sejarah-lahirnya-pancasila-sebagai-ideologi-dan-dasar-negara-indonesia.html>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Globalisasi>

<http://www.artikelsiana.com/2015/01/pengertian-globalisasi-penyebab-dampak-globalisasi.html#>

<http://www.artikelsiana.com/2015/01/pengertian-globalisasi-penyebab-dampak-globalisasi.html#>

Wawancara pengasuh Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Ustad Abdurrahman, 22 Agustus 2015.

Wawancara pengasuh Pondok Pesantren Al Hikam, Boyolali, Ustad Nasikhin, 21 Agustus 2015.

Wawancara ustadzah Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Ustadzah Lusiana, 21 Agustus 2015.

Wawancara ustad Pondok Pesantren Al Fath, Boyolali, Ustad Parto, 21 Agustus 2015.

PENGARUH PERSEPSI TENTANG IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI, MOTIVASI TERHADAP KINERJA DOSEN UNIVERSITAS SURAKARTA

**Wahjoe Mawardiningsih
Sri Wahyu Ening Handayani
Ali Arif Setiawan**

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Surakarta

Abstract

A college's lecturer performance will highly affect the progress of college where lecturers dedicate their knowledge. Improvement can be accomplished through establishing perception on organizational communication climate, and progress of motivation among lecturers. This research analyzed the effect of perception on organizational communication climate, motivation on lecturer performance in Surakarta University.

*This study was an explanatory quantitative research. The population of research was 120 lecturers in Surakarta University. technique of collecting data used was questionnaire. The result of analysis showed that: perception on organizational communication climate variable and motivation simultaneously affected significantly lecturer performance, indicated with the score of R Square was **0,563**. Perception on organizational communication climate variable partially affected significantly lecturer performance, indicated with the score of R Square was **0,375**, and motivation variable partially affected significantly lecturer performance, indicated with the score of R Square was **0,502**.*

Keywords: *Perception on organizational communication climate, motivation, lecturer performance*

Pendahuluan

Setiap pendiri, pengelola, dan anggota organisasi baik organisasi formal ataupun tidak formal, menyadari peran penting komunikasi untuk kelangsungan hidup organisasinya. Komunikasi adalah "proses di mana ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku." (Komala, 2009: 73). Contoh organisasi formal, adalah Perguruan Tinggi. "Perguruan Tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan

pendidikan tinggi" (PP no. 60 tahun 1999, pasal 1 ayat 2). Universitas merupakan salah satu bentuk perguruan tinggi. Komunikasi yang baik dan efektif sangat diharapkan berlangsung di semua level dan bagian universitas. Dosen sebagai tenaga edukatif yang secara langsung memberikan jasa pendidikan mengharapakan kondisi komunikasi yang positif, di antara para dosen maupun dengan para mahasiswanya. Dosen adalah "tenaga pendidik atau kependidikan pada perguruan tinggi yang

khusus diangkat dengan tugas utama mengajar." (PP 60 tahun 1999, pasal 1 ayat 5) Kedudukan dosen sebagai tenaga edukatif sangat strategis bagi suatu perguruan tinggi, maka pengembangan kariernya perlu diupayakan agar bisa maksimal.

Komunikasi searah, dua arah, vertikal, horisontal, formal maupun informal yang berlangsung dalam suatu organisasi seperti suatu universitas, diharapkan membawa iklim komunikasi organisasi yang sehat dan positif. Komunikasi informal adalah pesan yang disampaikan dalam suasana tidak resmi, bisa juga isi pesan tersebut tidak menyangkut kegiatan resmi; misalnya hanya bersenda-gurau. Komunikasi tersebut sering berlangsung di antara para dosen akan mempengaruhi persepsi mereka tentang universitasnya. Persepsi-persepsi terhadap organisasi bisa dilihat dari sudut persepsi tentang iklim komunikasi organisasi di organisasi tersebut. Komunikasi yang terjalin antara komunikator dan komunikan akan berlangsung efektif bila terdapat persamaan persepsi tentang pesan yang saling disampaikan, di suatu universitas. Persepsi itu baik atau jelek, kuat atau lemah, "juga tergantung pada komunikasi" (Thoha, 2005: 139) Menurut ahli psikologi komunikasi, persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. (Rakhmat, 2000: 49) Pace dan Faules telah mengutip pendapat Kopelman, Brief dan Guzzo tentang iklim organisasi, yaitu iklim organisasi yang meliputi iklim komunikasi, penting karena menjembatani praktik-praktik pengelolaan sumber daya manusia dengan produktifitas (Pace dan Faules, 2001: 148).

Motivasi juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kinerja seseorang, seperti yang disampaikan Henri Simamora dalam bukunya Mangkunegara. Motivasi adalah dorongan yang ada dalam diri semua orang, maka apabila ada yang tidak memiliki

motivasi, diperlukan kesadaran terhadap orang tersebut oleh pihak lain agar muncul dorongan yang akan mampu menggerakkan kekuatan dari dalam diri orang tersebut. Rivai seperti yang dikutip oleh Wibowo dalam tesisnya menyatakan secara tersirat bahwa, motivasi kerja adalah dorongan upaya dan keinginan yang di dalam diri manusia yang mengaktifkan, memberi daya serta mengarahkan perilakunya untuk melaksanakan tugas dan tanggung-jawab dalam lingkup pekerjaannya (Wibowo, 2008: 7)

Penilaian kinerja (*performance appraisal*) pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik atas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Penilaian kinerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui penilaian tersebut maka dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang bagaimana kinerja karyawan. karena pada dasarnya dengan menilai kinerja dari seorang pegawai dalam hal ini dosen, ada tiga pihak yang berkepentingan menurut Riani, yaitu orang yang dinilai (karyawan), penilai (atasan, supervisor, pimpinan, manager, konsultan) dan perusahaan (Riani, 2011: 105).

Beberapa peneliti terdahulu menyampaikan kesimpulan penelitiannya. Maryadi dalam disertasinya yang berjudul "Pengaruh Motivasi, Diklat, Iklim Organisasi, Kompetensi, Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Dosen Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah", pernah meneliti bagaimana hasil kinerja dosen perguruan tinggi swasta di Kopertis wilayah VI, yang ternyata kinerja dosen juga dipengaruhi oleh motivasi, iklim organisasi. (Maryadi, 2011: v). Badra dan Prawitasari juga pernah mengamati bagaimana tingkat kinerja yang dihasilkan oleh para dosen tetap

dengan adanya stress dan motivasi mereka. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya motivasi yang sangat berpengaruh terhadap kinerja pada dosen tetap di Akper Sorong. (Badra dan Prawitasari, 2004: iii). Motivasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja karyawan di BRI Semarang Cabang Patimura, hal ini merupakan hasil penelitian Wibowo dalam tesisnya. (Wibowo, 2008: v). Mawardiningsih menyimpulkan dalam tesisnya bahwa persepsi tentang iklim komunikasi organisasi, persepsi tentang budaya organisasi, motivasi berpengaruh terhadap kinerja dosen Universitas Surakarta. (Mawardiningsih, 2013: xviii)

Perumusan Masalah

“Adakah pengaruh yang signifikan persepsi tentang iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja para dosen Universitas Surakarta; motivasi terhadap kinerja para dosen Universitas Surakarta; dan persepsi tentang iklim komunikasi organisasi bersama motivasi terhadap kinerja para dosen Universitas Surakarta?”

Tinjauan Pustaka

a. Persepsi tentang Iklim Komunikasi Organisasi

Komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* atau *common* dalam bahasa Inggris yang berarti “sama”. Berkomunikasi berarti kita sedang berusaha mencapai kesamaan arti, agar tercipta kesamaan pemahaman mengenai sesuatu atau beberapa hal.

William I. Gorden, mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat di dalam bukunya Deddy Mulyana (Mulyana, 2008: 5-30), yaitu:

1. Sebagai komunikasi sosial

Sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan

hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. Sebagai komunikasi ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik itu adalah komunikasi ritual.

4. Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Empat fungsi komunikasi tersebut di atas digunakan dalam kehidupan sehari-hari dalam berinteraksi dengan sesama. Di dalam kegiatan berorganisasi yang berlangsung dengan baik, terdapat kegiatan komunikasi organisasi yang baik pula. Sasa Djuarsa Sandjaja (1994: 136-137) menyatakan terdapat beberapa fungsi komunikasi dalam organisasi:

1. Fungsi informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota, tim manajemen dalam organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu.

2. Fungsi regulatif

Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh, yaitu:

a) Berkaitan dengan orang-orang yang

berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan..

- b) Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif berorientasi pada kerja. Bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

3. Fungsi persuasif

Banyak pimpinan yang lebih suka mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah..

4. Fungsi integratif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran agar karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.

Pace dan Faules (2001) menggambarkan bagaimana sistem komunikasi organisasi formal pada umumnya, di dalam bentuk sebuah segitiga yang merupakan batas organisasi. Di luar segitiga, merupakan lingkungan sekitar organisasi atau hubungan eksternal yang dijalin secara langsung ataupun tidak langsung oleh organisasi. Di dalam segitiga, tergambar bagaimana susunan organisasi secara hirarki tertata, ada yang menghubungkan berupa komunikasi, yang di dalam gambar tampak garis putus-putus. Garis putus-putus tersebut menunjukkan adanya struktur organisasi yang bersifat fleksibel, luwes, bisa berubah karena adanya kekuatan pengaruh dari luar ataupun dalam organisasi.

Pada dasarnya tahapan awal proses komunikasi melewati tahap persepsi setelah melalui tahap sensasi. Rakhmat menyatakan dalam bukunya Psikologi Komunikasi bahwa persepsi adalah "pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan." (Rakhmat, 2000:

51). Saat berkomunikasi berusaha memahami isi pesan yang sampai padanya, komunikasi akan memadukan memorinya dengan isi pesan terbaru yang diterimanya. "Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman" (Thoha, 2005: 141-142)

Apabila persepsi tentang suatu pesan atau sesuatu yang ada dalam benak pikiran seseorang berbeda dengan persepsi yang ada dalam benak pikiran orang lain, akan menimbulkan perbedaan pandangan, yang bisa berlanjut terjadi salah persepsi dan salah pemahaman maksud pesan komunikasi. Pemahaman bisa tampak karena ada tiga hal yang berkaitan menurut Thoha, yaitu pemahaman lewat penglihatan, pendengaran, dan perasaan (Thoha, 2005: 140). Fungsi persepsi dipengaruhi oleh obyek atau peristiwa yang dipahami, lingkungan terjadinya persepsi, dan orang-orang yang melakukan persepsi, pendapat Thoha.

Iklim komunikasi organisasi di setiap organisasi termasuk di Universitas adalah persepsi rata-rata yang dianut oleh seluruh anggota organisasi (termasuk pimpinan, khususnya para dosen) tentang pesan-pesan yang ada dalam universitas tersebut akan berpengaruh terhadap kinerja para dosen. Persepsi yang baik dalam lingkungan kerja mempengaruhi hasil kerja dari masing-masing personel pekerja.

Hasil penelitian Redding menunjukkan bahwa iklim komunikasi lebih luas daripada persepsi terhadap kualitas hubungan dan komunikasi dalam organisasi serta tingkat pengaruh dan keterlibatan. Redding juga menyimpulkan terdapat lima hal penting dalam iklim komunikasi organisasi, yaitu:

- a. "supportiveness", atau dukungan. bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi mereka dengan atasan

membantu mereka membangun dan menjaga perasaan diri berharga dan penting. Sebagai karyawan ia memandang hubungan komunikasinya dengan atasan dapat meningkatkan kesadaran akan perannya terhadap organisasi.

- b. Partisipasi membuat keputusan, karyawan menyadari bahwa komunikasi yang ia lakukan ke atasan bermanfaat, akan diperhitungkan oleh atasan.
- c. Kepercayaan, dapat dipercaya dan dapat menyimpan rahasia, karyawan dipercayai akan semua kebenaran informasi-informasinya
- d. Keterbukaan dan keterusterangan, dalam penyampaian pesan-pesan, baik dalam komunikasi formal maupun informal, diharapkan senantiasa ada keterbukaan dan keterusterangan diantara dua pihak yaitu komunikator dan komunikan.
- e. Tujuan kinerja yang tinggi, diharapkan adanya kejelasan dalam mengkomunikasikan mengenai apa yang menjadi tujuan kinerja, ada kejelasan dua pihak dari atasan maupun dari bawahan (Muhammad, 2002: 83)

b. Motivasi

Orang melakukan kegiatan atau pekerjaan karena sebelumnya memiliki motivasi yang mendasari, sehingga ia melakukan kegiatan tersebut. Motivasi adalah salah satu unsur penyebab orang berperilaku, unsur lainnya menurut Thoha masih ada persepsi, kepribadian, dan lingkungan (Thoha, 2005: 203). Motivasi bisa berasal dari dalam diri orang tersebut yang disebut dengan motivasi internal, juga bisa berasal dari luar diri orang tersebut yang disebut dengan motivasi eksternal, maka bisa dikatakan, motivasi adalah suatu proses psikologi seseorang.

Secara etimologis, kata motivasi berasal dari kata motif, yang artinya dorongan, kehendak, alasan dan kemauan, menurut

Timbul Arifin dan Mutamimah di dalam jurnal penelitian mereka. Maka motivasi adalah dorongan-dorongan (*forces*) yang membangkitkan dan mengarahkan kelakuan individu. (Arifin dan Mutamimah, 2009: 190). Motivasi adalah sesuatu yang abstrak namun memiliki kekuatan besar untuk menggerakkan seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan sesuatu dengan arah tujuan yang pasti ingin dimiliki.

Teori hierarki kebutuhan dari Abraham Maslow yang terkenal, mengatakan bahwa dalam diri semua manusia ada lima jenjang kebutuhan berikut:

1. Fisiologis: antara lain rasa lapar, haus, perlindungan (pakaian dan perumahan), seks, dan kebutuhan jasmani lain.
2. Keamanan: antara lain keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional.
3. Sosial: mencakup kasih sayang, rasa dimiliki, diterima-baik, dan persahabatan.
4. Penghargaan: mencakup faktor rasa hormat internal seperti harga-diri, otonomi dan prestasi; dan faktor hormat eksternal seperti misalnya status, pengakuan, dan perhatian.
5. Aktualisasi-diri: dorongan untuk menjadi apa yang ia mampu menjadi; mencakup pertumbuhan, mencapai potensialnya, dan pemenuhan-diri. (Robbins; 2003: 209)

Stephen Robbins juga mengutip pendapat Abraham Maslow bahwa, jadi jika Anda ingin memotivasi seseorang, Anda perlu memahami sedang berada pada anak-tangga manakah orang itu dan memfokuskan pada pemenuhan kebutuhan-kebutuhan itu atau kebutuhan di atas tingkat itu. (Robbins, 2003: 209) Hal ini akan mempermudah kita dalam memotivasi diri sendiri ataupun memotivasi orang lain dengan mengetahui tingkat kebutuhan yang mana yang sedang menjadi hal besar untuk segera dipenuhi, itulah yang perlu kita perhatikan agar tidak

salah memotivasi.

David C. McClelland juga menyampaikan teori tentang motivasi. David C. McClelland beranggapan bahwa manusia juga memiliki kemampuan berprestasi di atas kemampuan orang lain. Teori kebutuhan dari David C. McClelland berfokus pada:

- a. Kebutuhan akan prestasi: Dorongan untuk mengungguli, berprestasi sehubungan dengan seperangkat standar, berusaha keras untuk sukses.
- b. Kebutuhan akan kekuasaan: kebutuhan untuk membuat orang lain berperilaku dalam suatu cara yang orang-orang itu (tanpa dipaksa) tidak akan berperilaku demikian.
- c. Kebutuhan akan afiliasi: Hasrat untuk hubungan antarpribadi yang ramah dan akrab. (Robbins, 2003: 216)

Manusia tidak mengenal kata puas dalam kehidupannya, maka selalu memiliki kebutuhan akan berprestasi. Nalurnya untuk bisa mengungguli yang lain ataupun mengungguli prestasinya sendiri, berprestasi sehubungan dengan seperangkat standar, selalu berusaha keras untuk sukses. Menurut David McClelland, seseorang dianggap mempunyai motivasi untuk berprestasi jika ia mempunyai keinginan untuk melakukan suatu karya yang berprestasi lebih baik dari prestasi karya orang lain (Thoha, 2005: 236).

c. Kinerja

Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil dari pekerjaan seseorang, yang bisa dilihat atau dinilai berdasarkan kuantitas ataupun kualitas dari hasil pekerjaannya sesuai dengan tanggung-jawabnya (Mangkunegara, 2009: 9). Kuantitas adalah penilaian seberapa banyak hasil pekerjaan dihasilkan dalam suatu kurun waktu yang telah ditentukan. Kualitas adalah penilaian berdasarkan mutu dari hasil pekerjaan dengan berpedoman pada standar yang telah ditetapkan. Jadi, kuantitas dan kualitas bisa menjadi dasar penilaian

dari hasil pekerjaan seseorang. Kinerja yang menjadi sorotan utama penelitian ini adalah kinerja dosen Universitas Surakarta. Dasar kriteria penilaian kinerja dosen dengan melihat dari segi kuantitas dan kualitasnya, bisa berdasarkan Pedoman Operasional Penilaian Angka Kredit yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.

Kinerja yang baik dipengaruhi banyak faktor, antara lain seperti telah penulis sampaikan, yaitu bagaimana persepsi dari para pekerja atau anggota organisasi terhadap suasana organisasinya, dalam hal ini persepsi dosen Universitas Surakarta tentang iklim komunikasi organisasi, persepsi dosen Universitas Surakarta tentang budaya organisasi yang berlaku di Universitas Surakarta, dan bagaimana motivasi dosen Universitas Surakarta dalam bekerja.

Dosen juga merupakan karyawan dari suatu perguruan tinggi, yang membedakan dosen dengan karyawan lain adalah bahwa para dosen mempunyai tugas utama mengajar, serta akan diakui oleh pemerintah bila telah memiliki jabatan fungsional. Jabatan fungsional dosen menurut Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi merupakan "pengakuan, penghargaan, dan kepercayaan atas kompetensi, kinerja, integritas dan tanggung-jawab dalam pelaksanaan tugas, serta tata krama dosen dalam melaksanakan tugas tridarmanya." (Dirjen Dikti, 2009: i) Pengertian kompetensi menurut UU nomor 14 tahun 2005 adalah "seperangkat pengetahuan, ketrampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh guru atau dosen dalam melaksanakan tugas keprofesionalan." (UU 14/2005, pasal 1 ayat 10) Tugas dosen dirumuskan dalam UU nomor 14 tahun 2005 bahwa, dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan

pengabdian kepada masyarakat. (UU 14/2005, pasal 1 ayat 2) Pemahaman UU nomor 14/2005 pasal 1 ayat 2 ini adalah, dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan pada perguruan tinggi dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan dan menyebarluaskan IPTEKS melalui Tridarma Perguruan Tinggi. Status dosen menurut UU nomor 14/2005 pasal 48 dan dalam penjelasannya, terdiri atas dosen tetap dan dosen tidak tetap. (UU 14/2005, pasal 48 ayat 1) Dosen tetap adalah dosen yang bekerja penuh waktu yang berstatus sebagai tenaga pendidik tetap pada satuan pendidikan tinggi tertentu. Dosen tidak tetap adalah dosen yang bekerja paruh waktu yang berstatus sebagai tenaga pendidik tidak tetap pada satuan pendidikan tinggi tertentu. (UU no 14/2005, penjelasan pasal 48 ayat 1)

Dosen sebagai pendidik profesional, memiliki jabatan profesi yang harus memiliki: kinerja, integritas, tanggung-jawab dalam pelaksanaan tugas dan tata krama dalam kehidupan kampus. Dosen juga memiliki tugas pokok yaitu melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Unsur dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah melaksanakan pendidikan dan pengajaran, mengadakan penelitian, serta melakukan pengabdian pada masyarakat.

Keberhasilan atau tingkat hasil dari pelaksanaan tugas dosen yang berupa perwujudan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, bisa dilihat secara mundur dari pendapat Bernandin dan Russell yang dikutip Riani, bahwa ukuran dari kinerja karyawan sebagai berikut:

1. *Quantity of work*: jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode yang ditentukan.
2. *Quality of work*: kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya
3. *Job Knowledge*: luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya

4. *Creativeness*: keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.
5. *Cooperation*: kesediaan untuk bekerjasama dengan orang lain atau sesama anggota organisasi.
6. *Dependability*: kesadaran untuk dapat dipercaya dalam hal kehadiran dan penyelesaian kerja.
7. *Initiative*: semangat untuk melaksanakan tugas-tugas baru dan dalam memperbesar tanggung-jawabnya.
8. *Personal qualities*: menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramahmatan dan integritas pribadi (Riani, 2011: 99-100)

d. Persepsi Tentang Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja

Persepsi merupakan proses yang dialami oleh setiap orang saat memahami pesan-pesan baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan perasaan dan penciuman. Persepsi adalah "suatu proses kognitif yang kompleks dan yang menghasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang barangkali sangat berbeda dari kenyataannya." (Thoha, 2005:198)

Persepsi tentang bagaimana keadaan komunikasi organisasi sehari-hari dari setiap individu yang terlibat di dalam organisasi, memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana nanti hasil kinerja dari setiap individu yang ada dalam organisasi tersebut. Sesungguhnya, komunikasi organisasi berbeda dengan komunikasi di luar organisasi karena adanya "struktur hierarki yang merupakan karakteristik dari setiap organisasi." (Thoha, 2005:186).

Perbedaan jenjang jabatan di dalam organisasi terkadang menghambat kelancaran komunikasi di dalam organisasi itu sendiri, apabila perbedaan persepsi terhadap komunikasi itu juga diperkuat

perbedaannya, akan bisa terjadi komunikasi yang tidak sehat dalam organisasi itu. Apabila itu berlangsung terus dan hampir berlaku bagi banyak anggota organisasi, bisa membawa iklim komunikasi organisasi yang tidak nyaman. "Iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subyektif yang berasal dari persepsi atas karakter-karakter yang relatif langgeng pada organisasi." (Pace dan Faules. 2001: 149). Poole juga mengatakan arti pentingnya iklim komunikasi di dalam organisasi yang dikutip oleh Pace dan Faules "mengaitkan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan dan harapan-harapan anggota organisasi dan membantu menjelaskan perilaku anggota organisasi." (Pace dan Faules. 2001: 148)

Suasana iklim komunikasi yang penuh rasa persaudaraan mendorong para anggota organisasi untuk berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah dengan anggota yang lain. Sedangkan iklim komunikasi yang negatif menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan. (Arni, 2002: 84) Keadaan akan adanya rasa persaudaraan yang akrab, saling pengertian dan saling percaya akan menumbuhkan iklim komunikasi organisasi yang sehat dan nyaman, karena "pada gilirannya, mempengaruhi kinerja dan produktivitas pegawai" (Pace dan Faules. 2001: 148)

5). Motivasi terhadap Kinerja

Manusia memiliki daya dorong dari dalam dirinya yang kuat, yang disebut dengan motivasi. Tujuan yang ingin diwujudkan ada banyak, antara lain terpenuhinya kebutuhan lahir dan batinnya, atau salah satu diantara keduanya. Kebutuhan lahir-batin terpenuhi bisa melalui kegiatan masuk dalam suatu organisasi, menjadi anggota atau pengelola organisasi. Orang yang masuk dalam organisasi untuk mendapatkan gaji, karena ia memiliki tujuan agar kebutuhan-kebutuhan materiil dan non materiilnya terpenuhi.

Rumusan teori motivasi tentang teori kebutuhan dari Maslow pada dasarnya bisa diterapkan dalam banyak segi kehidupan manusia. Freud Luthans menggambarkan teori Maslow tersebut bila diterapkan dalam sebuah organisasi pada umumnya, sebagai berikut:



Gambar 1. Hierarki Motivasi Kerja

Sumber: Thoha, 2005: 229

Hierarki motivasi kerja tersebut di atas sangat perlu diketahui, dipahami dan diterapkan dalam kehidupan berorganisasi oleh para pendiri dan pengelola organisasi, agar para anggota organisasi berkinerja dengan maksimal, dan para anggota organisasi tetap loyal dan berdedikasi tinggi terhadap organisasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh David C McClelland, yang lebih dikenal dengan nama McClelland menunjukkan bahwa semua manusia pada dasarnya memiliki kemampuan berprestasi di atas kemampuan orang lain. Menurut McClelland, seseorang dianggap mempunyai motivasi berprestasi bila berkeinginan menghasilkan karya yang lebih baik jauh di atas karya orang lain. Ada tiga unsur yang berperan penting dalam menentukan kemampuan seseorang berprestasi, yaitu kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk berafiliasi, dan kebutuhan untuk kekuasaan. (Thoha, 2005: 235-236)

Dimitris Manolopoulos pernah menyimpulkan dari hasil penelitiannya bahwa, kinerja karyawan dapat ditingkatkan dengan pemberian tingkat motif antara intensif ekstrinsik dan intrinsik. (Manolopoulos, 2008: 1755).

e. Persepsi Tentang Iklim Komunikasi Organisasi dan Motivasi terhadap Kinerja

Anwar Prabu Mangkunegara (2009: 24) mengutip pendapat Henry Simamora, menyatakan bahwa kinerja (*performance*) dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:

- a. Faktor individual, terdiri dari:
 - 1) Kemampuan dan keahlian
 - 2) Latar belakang
 - 3) Demografi
- b. Faktor psikologis yang terdiri dari:
 - 1) Persepsi
 - 2) *attitude*
 - 3) *personality*
 - 4) pembelajaran
 - 5) motivasi
- c. Faktor organisasi yang terdiri dari:
 - 1) Sumber daya
 - 2) Kepemimpinan
 - 3) Penghargaan
 - 4) Struktur
 - 5) *Job design*

Penelitian Maryadi dalam disertasinya menyimpulkan bahwa, kinerja dosen secara bersama-sama dipengaruhi oleh motivasi, diklat, iklim organisasi, kompetensi, dan kepuasan kerja. Solusi untuk membangun kinerja yang baik, iklim organisasi perlu ditingkatkan. Hal ini mengingat persaingan perguruan tinggi khususnya PTS saat ini semakin ketat, sehingga pengelola PT harus benar-benar memperhatikan itu agar mampu bersaing. (Maryadi, 2011: 179)

Hipotesis

Beberapa hipotesis yang perlu diuji berdasar paparan di atas, yaitu:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja dosen Universitas Surakarta.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja dosen Universitas Surakarta.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi iklim komunikasi organisasi dan motivasi terhadap kinerja dosen Universitas Surakarta.

Sajian Data

a. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah dosen pada Universitas Surakarta sebanyak 120 orang. Untuk mengetahui gambaran umum dari karakteristik responden, maka akan dideskripsikan karakteristik responden dilihat dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, masa kerja, dan status. Adapun data karakteristik responden tersebut adalah sebagai berikut:

1. Responden berdasarkan jenis kelamin, sebanyak 80 responden (66,67%) adalah laki-laki. Hal ini bisa dimaklumi sebagian besar dosen didominasi adalah jenis kelamin laki-laki baik dosen tetap maupun tidak tetap.
2. Responden berdasarkan usia yaitu dengan usia antara 31 tahun sampai dengan 40 tahun, sebanyak 36 orang (30%) diharapkan dapat memahami, dan mampu memberikan jawaban atas item-item dalam kuesioner dengan penuh pertimbangan dan tanpa ada paksaan.
3. Responden berdasarkan tingkat pendidikannya, sebanyak 56 orang (46,67%) dosen menempuh pendidikan sampai dengan jenjang S-2,. Dengan demikian pendidikan yang dimiliki dosen

yang mengajar di Universitas Surakarta mayoritas memiliki pendidikan jenjang S-2.

4. responden berdasarkan masa kerja sebanyak 58 orang (48,34%) telah mempunyai masa kerja di atas 10 tahun. Dengan demikian masa kerja dosen mayoritas di atas 10 tahun.
5. responden berdasarkan status sebanyak 80 orang (66,67%) dosen tetap, Hal ini menunjukkan mayoritas dosen yang ada di Universitas Surakarta status dosennya adalah dosen tetap.

b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mendapat data (mengukur) instrument yang valid. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ alat ukur yang digunakan tidak valid. Dalam penelitian ini seluruh item dinyatakan valid dimana r_{hitung} seluruh item pernyataan $> 0,413$.

c. Uji Reliabilitas

Teknik uji yang digunakan dengan menggunakan koefisien alpha cronbach, dengan taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan kriteria jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis dan apabila nilai alpha cronbach $> 0,6$ maka nilai item pernyataan tersebut adalah reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas untuk variabel persepsi iklim komunikasi organisasi (X_1) nilai cronbach's sebesar 0.905, variabel motivasi (X_2) nilai cronbach 's sebesar 0,961, dan variabel kinerja karyawan nilai cronbach's sebesar 0,961 dan dinilai dapat diterima.

Analisis Data

a. Pengujian secara Simultan

Pengujian secara simultan dari variabel persepsi tentang iklim komunikasi organisasi

(X_1), dan motivasi (X_2) terhadap kinerja dosen (Y), menunjukkan nilai F_{hitung} dari hasil analisis sebesar 77.720, sedangkan dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$) maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70, sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya ada hubungan linier antara variabel persepsi tentang iklim komunikasi organisasi, dan motivasi dengan kinerja dosen. Semua variabel bebas layak untuk menjelaskan variabel terikat yang dianalisis, sehingga dapat dimaknai variabel persepsi tentang iklim komunikasi organisasi, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja dosen di Universitas Surakarta. Hasil tersebut juga diperkuat oleh *Adjusted R Square* sebesar 0,563. Nilai *Adjusted R Square* 0,563 menunjukkan besarnya sumbangan atau kontribusi variabel persepsi tentang iklim komunikasi organisasi dan motivasi terhadap variabel kinerja dosen. Artinya kinerja dosen Universitas Surakarta sebesar 56,3% disebabkan adanya pengaruh variabel persepsi tentang iklim komunikasi organisasi dan motivasi sedangkan lainnya 43,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti atau dapat diterima. Fenomena ini menegaskan bahwa persepsi tentang iklim komunikasi organisasi motivasi berperan penting terhadap kinerja dosen. Apabila persepsi tentang iklim komunikasi organisasi dapat memberikan suasana kerja yang baik di Universitas Surakarta sehingga dalam penerimaan dan penyampaian informasi dapat diberikan pimpinan kepada dosen, dapat dilaksanakan dengan baik dan motivasi yang diberikan pimpinan kepada para dosen dapat memenuhi kebutuhan sosial, mendapatkan kesempatan penghargaan non materi serta memperoleh kesempatan mengembangkan kemampuan diri sehingga dosen merasa nyaman dalam bekerja di

Universitas Surakarta, sehingga akan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja dosen dan sebaliknya jika pada suatu situasi tertentu persepsi tentang iklim komunikasi organisasi tidak mendukung suasana kerja dan kurangnya motivasi dari pimpinan, maka berdampak pada rendahnya kinerja dosen. Dengan demikian persepsi tentang iklim komunikasi organisasi dan motivasi merupakan elemen sumberdaya organisasi yang secara bersama-sama berperan penting dalam meningkatkan kinerja dosen.

c. Pengujian secara Parsial

Hasil penelitian membuktikan bahwa Persepsi tentang iklim komunikasi organisasi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dosen yang ditunjukkan dengan koefisien sebesar 0,375 dan nilai sig. $t = 0,000 \leq \alpha (0,05)$. Hal ini berarti Apabila iklim komunikasi organisasi dapat berjalan dengan positif dan kuat akan dapat meningkatkan dan mendukung komitmen pada organisasi. Perubahan-perubahan dalam suatu sistem kerja atau organisasi dapat berpengaruh positif pada persepsi atas iklim komunikasi organisasi pada Universitas Surakarta, misalnya: memberikan suasana nyaman dalam pembelajaran, penyusunan program kerja yang melibatkan para dosen sehingga saling terbuka dalam penyampaian informasi, memberikan pelaksanaan program pelatihan bagi para dosen untuk pengembangan keilmuannya, selalu mengadakan mentoring untuk mengevaluasi kinerja dosen Universitas Surakarta, selalu terbuka dalam memberikan informasi, menjalin hubungan antar sesama dosen, memberikan dukungan kepada dosen muda, hal yang paling penting adalah pembentukan dan pemeliharaan persepsi yang positif pada Universitas Surakarta.

Motivasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dosen yang ditunjukkan dengan koefisien sebesar

0,502 dan nilai sig. $t = 0,000 \leq \alpha (0,05)$. Hal ini berarti semakin tinggi motivasi dosen yang dalam hal ini ditinjau dari pemenuhan kebutuhan fisiologis, rasa aman, social, penghargaan, dan aktualisasi diri, maka akan dapat meningkatkan kinerja dosen. Jika motivasi dosen rendah maka akan dapat menurunkan kinerja dosen. Tunjangan sertifikasi dosen sebagai salah satu upaya untuk memberikan motivasi dosen agar dapat meningkatkan kualitas kemampuan dosen dalam mengembangkan Tri Dharma Perguruan Tinggi di Universitas Surakarta.

Kesimpulan

Beberapa kesimpulan dapat ditarik, seperti sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang diajukan, dinyatakan diterima. Hasil perhitungan yang ada, bisa diketahui bahwa variabel persepsi tentang iklim komunikasi organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja dosen. Ini ditunjukkan dengan, bahwa persepsi tentang iklim komunikasi organisasi mempunyai signifikan t dengan nilai 0,000, serta nilai $\beta = 0,375$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi tentang iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja dosen.
2. Hipotesis 2 yang diajukan diterima. Diketahui motivasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja dosen, hal ini bisa dilihat bahwa motivasi mempunyai signifikansi t bernilai 0,000 serta $\beta = 0,502$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan motivasi terhadap kinerja dosen.
3. Hipotesis 3 yang diajukan diterima. Diketahui bahwa persepsi tentang iklim komunikasi organisasi, dan motivasi bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dosen, hal ini ditunjukkan dengan Sig. F sebesar 0,000 dan memberi sumbangan $R^2 =$

0,563. (56,3%) berarti pengaruh variabel persepsi tentang iklim komunikasi organisasi, dan motivasi secara bersama mampu menjelaskan variabel kinerja dosen Universitas Surakarta sebesar 56,3% dan sisanya 43,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Arifin, Timbul dan Mutamimah. (2009). "Model Peningkatan Loyalitas Dosen Melalui Kepuasan Kerja Dosen", *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 13 No. 2.
- Badra, Wayan, I dan Prawitasari, Johana E.. (2005). "Kinerja Dosen Hubungan Antara Stres dan Motivasi dengan Kinerja Dosen Tetap Pada Akper Sorong", *Work Paper Series* No. 8, Universitas Gajah Mada.
- Direktorat Jendral Dikti. (2009). *Pedoman Operasional Penilaian Kredit Kenaikan Jabatan Fungsional Dosen ke Lektor Kepala dan Guru Besar*, Jakarta, Departemen Pendidikan Nasional.
- Komala, Lukiaty. (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks*, Bandung, Widya Padjadjaran.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2009). *Evaluasi Kinerja SDM*, Bandung, Refika Aditama.
- Manolopoulos, Dimitris, (2008), "Work Motivation in the Hellenic Extended Public Sector: An Empirical Investigation", *The International Journal of Human Resource Management*, 19, 1738 - 1762.
- Maryadi, (2011), *Pengaruh Motivasi, Diklat, Iklim Organisasi, Kompetensi, Kepuasan Kerja, Terhadap Kinerja Dosen Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah VI Jateng*, Semarang, Universitas Negeri Semarang (Disertasi).
- Mawardiningsih, Wahjoe, (2013), *Pengaruh Persepsi tentang Iklim Komunikasi Organisasi, Persepsi tentang Budaya Organisasi, Motivasi, terhadap Kinerja Dosen Universitas Surakarta*, Surakarta, Universitas Sebelas Maret (Tesis)
- Muhammad, Arni. (2002). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F.. (2001). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Edisi terjemahan oleh Deddy Mulyana), Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 60 tahun 1999 Tentang *Pendidikan Tinggi*.
- Rakhmat, Jalaluddin, (2000), *Psikologi Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Riani, Asri Laksmi, (2011). *Budaya Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Robbins, Stephen P., (2003). *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi* (Edisi terjemahan oleh Tim Indeks, jilid 1), Jakarta: Indeks.
- Sandjaja, Sasa Djuarsa. (1994). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sunyoto, Danang. (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: Media Pressindo.
- Thoha, Miftah. (2005). *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Undang-Undang nomer 14 tahun 2005 Tentang *Guru dan Dosen*
- Wibowo, Triyoga Agung. (2008). *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan*, Tesis Magister Manajemen, tidak diterbitkan, Universitas Diponegoro, Semarang.

KUALITAS BERITA TV LOKAL

(Analisis Kualitas Berita dan Faktor-Faktor Penyebabnya pada Program Berita di *Jogja TV dan TA TV*)

Erwin Kartinawati
Universitas Sahid Surakarta

Abstract

All of media are required to present news that has high quality to public regarding to its responsibilities as a information transmitter, educator and social control. Quality of media content is also a key to the success of media as an economic institution. This paper describes about quality of news local television and factors that cause it. Indicators for assessing the quality of news local television, there are four aspects, namely accuracy, balance, objectivity and news values. News value seen by three things: actuality (the novelty value or timeliness of the information), the importance of information displayed and least interesting information reported .

To determine quality of news local TV used content analysis method with a mixture of quantitative techniques and qualitative analysis (Mix Method) . The object of this study are Jogja TV and TA TV Surakarta with 63 news samples (25 % of the population), taken by random sampling from regular news program that use Indonesian as its language period July 3 to 9, 2013. Jogja TV is the most senior local television in DIY, then, TA TV is the best local TV version Indonesian Broadcasting Commission of Central Java in 2012, 2013, 2014.

Result of the inquiry shows that local TV has not been fully able to present news that has high quality to public. News of local TV programs contain information that is more inaccurate, unbalanced and not actual. Over half of local TV news broadcast is not qualified .News of Jogja TV : 73,68% not actual, 68,42% unbalance, 36,84% inaccurate. TA TV: 63,64% not accurate, 61,36% unbalance, 59,09% not actual. The quality of media content caused by many things for instances time, communal reportating, cloning journalism ,technology, human resources both in level reporters and behind the desk, also welfare of workers. Human resource competence and welfare of workers become major causing of another problem in the field of quality news .

***Keywords:** News quality, Local television, Jogja TV, TA TV.*

Pendahuluan

Berita memegang peranan penting tak hanya bagi masyarakat namun industri media itu sendiri. Kehidupan yang semakin individualistik membuat masyarakat bergantung pada berita sebagai bahan informasi. Karena kebergantungan itulah, tak mengherankan bila berita menjadi

salah satu komoditas andalan hingga memosisikan diri sebagai media khusus penyedia berita, dengan contoh *Fox News Channel (FNC), Microsoft and the National Broadcasting Company (MSNBC), Cable News Network (CNN), BBC, Al Jazeera*. Di negeri sendiri, antara lain *Metro TV, TV One, MNC News*.

Berita harus disusun maksimal sebelum dilempar ke pasar agar mampu menarik minat masyarakat. Minat merupakan kata sakti bagi media karena menjadi kunci untuk mendapatkan iklan mengingat iklan adalah sumber utama pemasukan agar roda organisasi media terus berjalan. Kualitas berita menjadi kata kunci dalam menentukan kredibilitas industri media massa. Media yang mampu menyajikan berita dengan kualitas tinggi dengan sendirinya akan mendapatkan nilai sebagai media kredibel dan pada ujungnya berkaitan pula dengan tingkat kepercayaan masyarakat. Menurut Bogart (2004) berita berkualitas turut serta menopang citra dan kehidupan perusahaan media. Tak mengherankan bila berita berkualitas akhirnya dikaitkan erat dengan keberhasilan bisnis sebuah media massa. Para wartawan maupun organisasi media di Amerika Serikat yang mendapatkan penghargaan tertinggi di bidang jurnalistik, Pulitzer, juga dikarenakan beritanya yang berkualitas hingga disebut unggul atas karya dihasilkan dibanding lainnya (Shapiro, 2006). Kualitas berita diantaranya dapat dilihat dari kriteria nilai (*news value*), akurasi, imparialitas dalam pelaporan, dan keberanian dalam melakukan investigasi.

Hal lebih penting daripada menyajikan berita berkualitas selain alasan demi keberlangsungan hidup industri media adalah terkait peran, fungsi dan tanggung jawab media massa sebagai institusi sosial. Hal ini sebagaimana diamanatkan dalam undang-undang baik Undang-Undang Pers nomor 40 tahun 1999 ataupun Undang-Undang Penyiaran nomor 32 tahun 2003. Pers harus berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Karenanya, media massa tak boleh hanya mengedepankan perannya sebagai lembaga ekonomi untuk mempertahankan eksistensi, namun ada peran terhadap masyarakat

bahwa informasi yang disampaikan harus dapat dipertanggungjawabkan sehingga harus memuat sesuatu yang informatif, mendidik, menghibur sekaligus sebagai kontrol keadaan di masyarakat.

Kemampuan menyeimbangkan peran sebagai lembaga bisnis/ekonomi dengan lembaga sosial ini memang bukan perkara mudah sehingga ketidakdewasaan berpikir sering dialami media massa yang baru tumbuh dengan menerapkan berita-berita yang kurang mengedepankan profesionalisme pemberitaan. Namun bagi media massa yang menerapkan profesionalisme pemberitaan dapat menikmati keuntungan ekonomi dan sosial (Tamburaka, 2012). Keuntungan sosial berupa pencitraan di media massa menyangkut kredibilitas informasi. Pencitraan ini penting karena media massa berkembang begitu banyak baik cetak maupun elektronik sehingga ada begitu banyak pilihan bagi khalayak media, belum ditambah *boom new media* (internet). Selektivitas ada di tangan warga. Karenanya penting untuk menjaga kualitas berita berkaitan erat dengan keuntungan ekonomi.

Sebagai media massa, TV tak luput dari tanggung jawab di atas. Dalam sejarah perkembangan media massa, kehadiran TV terbukti telah menjadi bagian penting di kehidupan masyarakat karena memiliki keunggulan dibanding media lain. Keunggulan itu antara lain mampu menyediakan informasi dan hiburan secara visual, murah, cepat dan *real-time*. Sajian berupa perpaduan audio dan visual lebih mampu menarik perhatian dan kepercayaan publik mengingat mereka seolah menyaksikan dengan mata kepala sendiri atau *seeing is believing* (Suwardi, 2006). Hasil survey AC Nielsen tahun 2008-2009 menunjukkan jika TV sebagai media paling digemari masyarakat, tidak saja di Indonesia tetapi juga di Asia. Prosentasenya, Singapore (78%),

Taiwan (96%), Malaysia (84%), Hong Kong (97%) Thailand (95%) Philippines (96) dan Indonesia (94%). Dari sini kita tidak dapat memungkiri jika TV telah menjelma layaknya kebutuhan pokok bagi masyarakat. Khusus di Indonesia, TV swasta mampu meraup perhatian masyarakat yang sangat tinggi yaitu 95%, telepon genggam 49%, internet 17%, TV berlangganan 8,9%. Survey dilakukan TV Establishment Survey 2009 and Media Index.

Di Indonesia sebagaimana disebut dalam UU Penyiaran terdapat empat lembaga penyiaran yaitu lembaga penyiaran swasta, publik, berlangganan dan komunitas. Dalam undang-undang disebut dimungkinkan mendirikan stasiun penyiaran lokal yang jangkauan siarannya terbatas pada lokasi tersebut, dengan mayoritas pemilikan modal awal dan pengelolaan stasiun penyiaran lokal diutamakan masyarakat di daerah tempat stasiun lokal berada.

Lembaga penyiaran dalam hal ini TV lokal, juga memiliki pengaruh dan kekuatan yang tidak dapat dianggap sebelah mata sebagaimana halnya TV dengan jangkauan siaran yang lebih luas (nasional). Komisi Penyiaran Indonesia menilai TV lokal mampu menggali dan memaksimalkan potensi/keunggulan produk-produk lokal dibanding penyiaran nasional (*Joglosemar*, 1 April 2010).

Inilah yang kemudian menjadi kekuatan utama dari TV lokal yang tidak dimiliki oleh TV nasional. Dengan jangkauan siar yang lebih luas, TV nasional lebih selektif dari segi isi. Celah ini menjadi keuntungan dan keunggulan tersendiri bagi TV lokal karena mampu menghadirkan informasi maupun semua bentuk kejadian di tingkatan lokal yang tidak diakomodasi oleh TV nasional. Karena itu pula, tak mengherankan bila TV lokal memiliki segmentasi yang lebih

kuat dibanding TV nasional, terutama pada program-program yang mengusung tingkat kelokalan tinggi. Program berita, adalah salah satunya. Pada program berita yang mengusung materi kelokalan tinggi mendapat perhatian besar dari masyarakat di tingkat lokal tentunya, dibanding dengan program berita yang ditayangkan TV nasional, di jam yang sama. Hal ini tidak mengherankan sebab masyarakat di suatu daerah tentu akan lebih tertarik menyaksikan berita tentang lingkungan sekitarnya dibanding kejadian yang ada di daerah lain, yang lokasinya lebih jauh. Aspek kedekatan atau *proximity* ini juga menjadi salah satu unsur penilaian tinggi rendahnya nilai sebuah berita. Karena memiliki segmen yang lebih loyal dibanding TV nasional, dapat dianggap jika TV lokal memiliki pengaruh dan peran yang lebih besar dibanding TV nasional. Karenanya, tanggung jawab diemban TV lokal bisa jadi lebih besar terkait tingkat kepercayaan masyarakat. Tanpa kepercayaan masyarakat, keberadaan media tidak akan ada artinya. Baik media maupun produk yang dilemparkan ke masyarakat, tak akan ada ubahnya sekadar artefak teknis (Sindorov, 2012).

Kesalahan atau ketidakakuratan informasi dalam bentuk sekecil apapun bisa jadi berakibat fatal bagi masyarakat. Berita menjadi salah satu program TV lokal paling banyak ditonton pemirsanya merujuk hasil survei Departemen Pemberitaan TA TV, TV lokal di Solo pada medio 2010 di 16 kota dan kabupaten. Melihat peran dan pengaruhnya yang besar terhadap masyarakat, kualitas harus menjadi tujuan utama dari sebuah pemberitaan. Ini menjadi keharusan karena terkait tanggung jawabnya terhadap masyarakat sekaligus menjamin keberlangsungan industri media.

Namun begitu, pada faktanya, masih banyak dijumpai berita yang ditayangkan tak memenuhi unsur-unsur seharusnya

dalam berita, misalnya sebagaimana disebut dalam kode etik jurnalistik maupun Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Siaran (P3SPS), diantaranya mengenai akurasi dan keberimbangan berita. Kajian awal menunjukkan masih banyak berita disajikan tidak akurat, tidak berimbang serta tidak aktual. Dalam hal konten banyak yang bukan informasi baru atau terkini. Beberapa persoalan akurasi dijumpai misalnya salah menulis judul, nama, pangkat, jabatan hingga dalam bentuk mengambil kesimpulan (berasumsi, serta tidak lengkapnya unsur-unsur dalam berita hingga membuat berita disajikan tidak jelas ditangkap pemirsa. Berita tanpa ada klarifikasi atau lebih banyak memuat dari satu sisi, kelemahan dari aspek bahasa serta nilai kepatutan berlaku masyarakat juga merupakan fakta yang dijadikan sebagai latar belakang persoalan kajian ini dilakukan.

Penelitian ini dibuat dengan tujuan : pertama, untuk mengetahui kualitas berita TV lokal dilihat dari sisi akurasi, keberimbangan, obyektivitas dan nilai berita disajikan. Kedua, guna mengetahui faktor-faktor yang menentukan/ mempengaruhi kualitas tidaknya sebuah berita. Ketiga, untuk mendorong peningkatan kualitas penyajian berita atau informasi di TV lokal sesuai dengan doktrin *right to know* atau hak tahu masyarakat.

Perumusan Masalah

Bagaimana kualitas berita dan faktor-faktor penyebabnya pada program berita di *Jogja TV dan TA TV*?

Landasan teori

a. Televisi

TV merupakan komunikasi massa. Dalam definisi komunikasi, TV merupakan saluran (channel) penyampai pesan kepada khalayak sekaligus sebagai sumber pesan. Dalam disiplin komunikasi, komunikasi

massa selalu dimengerti sebagai “komunikasi melalui media massa” atau “komunikasi dengan menggunakan media massa. Peran dan pengaruh TV terhadap masyarakat tidak bisa dipukul rata, tergantung pada beberapa hal atau kondisi seperti perkembangan teknologi, kondisi sosial ekonomi hingga tingkat terpaan. Pengaruh TV lokal tidak dapat diabaikan begitu saja di kalangan masyarakat. Hal itu dikarenakan kekhasan yang dimiliki yakni dari segi lokalitas isi sehingga mampu meraih pemirsa yang lebih kental dibanding media nasional. Kekhasan TV yang bersifat murah tanpa harus membeli dan penyebarannya yang lebih cepat menjadi nilai lebih.

Harold Adam Innis (dalam Mc Quail, 2011) menyatakan media adalah perpanjangan pikiran manusia. Media pada suatu waktu akan membentuk perilaku dan pemikiran manusia. Apa kata teori ini makin kita rasakan saat ini. Bagaimana media khususnya TV memiliki peran yang sangat besar terhadap perilaku dan pemikiran masyarakat. Media mampu membuat masyarakat menyesuaikan waktu mereka dengan jam tayang TV kesukaan atau yang paling dianggap membawa manfaat serta arti penting mulai dari sinetron, hingga berita. Betapa tidak dapat dipungkiri bahwa modernitas makin membawa masyarakat ke individualisme sehingga untuk penyediaan informasi, diandalkan kepada media. TV masih merupakan favorit karena sifatnya yang murah dan cepat.

TV mampu memperkuat persepsi khalayak terhadap realitas sosial. George Gebner (dalam Mc Quail, 2011) menyatakan jika semakin banyak waktu yang dihabiskan seseorang dalam dunia yang dibuat TV maka semakin seseorang menganggap realitas sosial sama dengan yang digambarkan oleh TV. Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur memperkirakan bahwa kita tergantung

pada informasi media untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan mencapai tujuan tertentu.

Di Indonesia, TV mulai mengudara tahun 1962 ketika menjadi tuan rumah Asian Games, yaitu dengan didirikannya TVRI pada 24 Agustus 1962 (Morissan, 2011). Dominasinya mulai menunjukkan tanda-tanda berakhir pada 1988 dengan terus bermunculannya TV swasta (Sudiby, 2004). Sayangnya, peralihan dominasi dari TVRI ke TV swasta tak membawa manfaat signifikan bagi pemerataan pelayanan kebutuhan informasi dan hiburan, khususnya untuk masyarakat daerah karena notabene jakarta-minded. TV-TV swasta juga menunjukkan keseragaman. Tak ada TV yang khusus melayani kelas tertentu, atau melayani kebutuhan spesifik tertentu. Itulah yang menjadi latarbelakang munculnya lembaga penyiaran lokal. Kehadiran TV lokal dianggap sebagai solusi penting untuk hal tersebut. Dikutip dari situs asosiasi TV lokal, ATVLI, TV lokal berupaya mempersembahkan masyarakat dengan kearifan lokal berbedabeda. Kehadirannya diharapkan turut membawa harapan atas peluang lapangan pekerjaan baru bagi daerah dan optimalisasi pembangunan

b. Berita

Salah satu produk tayangan TV adalah berita. Dalam konsep komunikasi, berita adalah pesan (*message*). Berita menurut Dean M. Lyle Spencer (dalam Iskandar Muda, 2001) merupakan setiap fakta akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian sejumlah besar pembaca. Mitchel V. Charnley menyebutnya sebagai laporan mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau keduanya bagi masyarakat luas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik serta dianggap

penting bagi sejumlah besar orang.

Terhadap berita ditayangkan media memiliki standar tersendiri yang disebut dengan nilai berita (*news value*). Kriteria itu diantaranya disampaikan Joeeb Utama (dalam Mursito, 2006), yaitu, *Significance*/penting yakni kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi hidup orang banyak, punya akibat terhadap kehidupan pembaca, *Magnitude*/besaran (menyangkut angka angka berarti bagi kehidupan orang banyak), *Timeliness*/waktu (menyangkut hal hal baru), *Proximity*/dekat (kejadian dekat bagi pembaca baik secara geografis maupun emosional), *Prominence*/tenar (menyangkut hal hal terkenal atau sangat dikenal pembaca), *Human interest*/manusiawi (memberi sentuhan perasaan luar biasa kepada pembaca).

Berita TV sama dengan produk jurnalistik jenis media lain. Ia memiliki struktur atau rumus berita sama. Ia hanya memiliki perbedaan dari segi penyajian yakni lebih singkat dari segi durasi. Karenanya, berita TV tidak menjelaskan secara panjang lebar sebagaimana koran. Gambar adalah hal utama sebab mampu menceritakan segala hal. Karena itulah Burton (2000) mengatakan kekuatan berita TV terletak pada kekuatan gambar.

Isi media, khususnya TV sangat dipengaruhi oleh berbagai tekanan internal maupun eksternal yang dialami media penyiaran bersangkutan sebagai organisasi. Hal itu dapat diketahui dengan melihat bagaimana cara media bekerja. McQuail (2005) membagi faktor-faktor itu menjadi dua yakni faktor internal dan eksternal. Dalam mengambil keputusan, media dipengaruhi berbagai hal di luar media di samping tekanan dari dalam media itu sendiri. Semuanya sama-sama memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi gerak organisasi media yang pada akhirnya turut mempengaruhi isi media. Faktor internal

terdiri tiga hal yakni (1) Manajemen, (2) Profesional media (Sumber daya manusia), (3) Pendukung teknik/tehnologi (alat).

Sementara faktor eksternal berupa tekanan ekonomi dan tekanan sosial politik. Di samping itu masih terdapat beberapa kekuatan lain yang turut mempengaruhi organisasi media yakni berupa suplai atas peristiwa, informasi, budaya, distribusi channel, audiens, minat, ketertarikan/kebutuhan. Faktor internal organisasi media memegang pengaruh sangat besar terhadap isi media (berita). Ketiga hal itu memiliki keterkaitan satu sama lain yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Tidak mungkin didapat kualitas berita bagus jika kualitas sumber daya manusia misalnya wartawannya kurang memadai baik dari segi pengetahuan, keterampilan maupun tingkat kesejahteraan. Tidak akan maksimal pula hasil didapat jika kualitas wartawan/SDM bagus namun pengelolaan di tingkat manajerial tidak baik maupun tidak didukung keberadaan alat, sarana prasarana/tehnologi memadai.

Metode Penelitian

Berita-berita yang ditayangkan di *Jogja TV* dan *TA TV* dipilih sebagai obyek kajian. Dua stasiun itu sudah cukup eksis baik di lingkup wilayah Provinsi Jateng maupun DIY, disamping telah mendapatkan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dari pemerintah, serta karakteristik program siaran yang mirip. *TA TV* dinyatakan sebagai TV terbaik di Jawa Tengah versi KPID Jateng tahun 2012 2013 dan 2014, sementara *Jogja TV* merupakan TV lokal tersenior di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sekiranya hasil penelitian menunjukkan hal baik maka berita-berita di dua TV lokal itu dapat dijadikan tolak ukur atau kiblat bagi TV lokal lainnya yang belakangan ini terus bermunculan. Tapi jika hasil menunjukkan kualitas sebaliknya maka

dapat menjadi bahan evaluasi tak hanya bagi lembaga penyiaran namun juga regulator seperti KPID, Dewan Pers maupun organisasi kewartawanan terkait peningkatan kualitas isi, kompetensi wartawan dan media.

Kualitas berita dilihat dari empat aspek yakni akurasi, keberimbangan, obyektivitas dan nilai berita disajikan. Nilai berita dilihat dari sisi kebaruan informasi disajikan (aktualitas), penting, dan menarik.

Analisis dilakukan terhadap 63 berita yang diambil secara acak (random sampling) terhadap berita yang ditayangkan selama sepekan, 03-09 Juli 2013, dengan tehnik analisis isi. Jumlah 63 sampel merupakan gabungan dari berita *Jogja TV* sebanyak 19 dan *TA TV* 44 berita atau 25% dari populasi. Sampel hanya mengikutsertakan berita yang ditayangkan pada program berita reguler berbahasa Indonesia. Berita yang disajikan berulang tanpa kebaruan konten dihitung sebagai satu sampel.

Uji reliabilitas menggunakan rumus R. Holsti yakni kesamaan nilai antar coder dibagi jumlah coding coder 1 dan coder 2. Paparan tentang penyebab berita merupakan hasil wawancara yang dilakukan terhadap para jurnalis TV lokal baik yang bekerja di lapangan maupun di belakang layar.

Berita dikatakan akurat bila sesuai antara fakta dengan kondisi sebenarnya (KEJ, 2006). Akurasi juga sama dengan tepat, teliti, atau seksama yang meliputi ketelitian fakta bahwa setiap pernyataan dalam berita, nama orang, jabatan, gelar, tempat peristiwa, hari dan tanggal peristiwa, setiap kata atau ekspresi atau kalimat definitif, setiap angka atau data statistik, harus disajikan secara tepat dan tidak menimbulkan kesalahpahaman, baik bagi orang-orang yang diberitakan,

maupun bagi khalayak pembaca (Asep Syamsul, 2003) .Tidak hanya terbatas mengenai rincian fakta spesifik tetapi juga mengenai keseluruhan berita secara umum.

Keberimbangan diukur dari penempatan narasumber yang berimbang, setara, tidak memihak atau netral. Berita tidak berpihak bila ada hubungan erat fakta-fakta lain, mampu membangun hubungan yang penting dengan urutan peristiwa secara keseluruhan. Fakta-fakta disajikan secara lengkap sehingga gambaran peristiwa dapat dimengerti audiens, ada keseimbangan pandangan dari seluruh situasi diberitakan (McQuail, 6th edition). Komponen ini dapat dilihat dari representasi sumber berita dikutip dalam liputan, kecenderungan pernyataan yang berlebihan dalam pemberitaan melalui kalimat pujian atau kritikan, dan keseimbangan dalam data dan fakta dalam berita.

Obyektivitas berkaitan dengan sejauh mana berita disajikan apa adanya tidak memasukkan subyektifitas wartawan yakni ada pemisahan berita/fakta dari komentar, opini, interpretasi. Berita didasarkan atas wawancara, bukan berdasar penilaian subyektifitas wartawan, tidak memberikan penilaian atau penghakiman benar/salah. Berita disusun tanpa memasukan prasangka-prasangka pribadi atau pesan dari pihak lain.

Nilai berita (news value) dilihat dari sisi aktualitas, penting, dan menarik. Berita aktual bila yang disajikan adalah fakta-fakta baru, tidak basi, bukan berita berulang tanpa kebaruan isi. Aktual juga berhubungan dengan aspek kecepatan waktu dalam menyajikan berita. Artinya penyajian berita tidak ditunda, disajikan hari itu juga terlebih untuk berita bersifat kejadian/peristiwa yang memiliki nilai berita tinggi, disajikan di program berita terawal dimiliki sehingga tidak tertinggal dengan media lain. Penting jika isi berita berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak, punya akibat terhadap kehidupan, memiliki dampak luas, menyangkut orang banyak (Mursito, 2006). Berita dinilai menarik bila mampu membangkitkan minat orang untuk menyimak lebih lanjut, membangkitkan rasa ingin tahu.

Sajian dan Analisis Data

a. Kualitas Berita

Hasil analisis terhadap 63 berita yang mana 19 diantaranya merupakan berita *Jogja TV* dan 44 berita *TA TV* menunjukkan adanya persoalan kualitas pada berita disajikan TV lokal, terutama dilihat dari sisi akurasi, keberimbangan dan aktualitas. Namun demikian, berita-berita disajikan sudah obyektif, memuat informasi penting dan menarik, sebagaimana dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Kualitas berita *Jogja TV* dan *TA TV*

Kategori	<i>Jogja TV</i>				<i>TA TV</i>			
	Ya	Prosentase	Tdk	Prosentase	Ya	Prosentase	Tdk	Prosentase
Akurat	12	63,16%	7	36,84%	16	36,36%	28	63,64%
Berimbang	6	31,58%	13	68,42%	17	38,64%	27	61,36%
Obyektif	19	100%	0	0%	44	100%	0	0%
Nilai (<i>News Value</i>)								
Aktual	5	26,32%	14	73,68%	18	40,90%	26	59,09%
Penting	16	84,21%	3	15,79%	39	88,67%	5	11,36%
Menarik	17	89,47%	2	10,53%	43	97,73%	1	2,27%

Sumber: Diolah penulis

b. Faktor-Faktor Penyebab Kualitas Berita

Berkualitas tidaknya suatu berita ditentukan banyak hal. Hasil kajian yang digali dari beberapa informan baik mereka yang bekerja di lapangan maupun di dapur redaksi menunjukkan banyak hal sebagai penyebab berita tidak akurat, tidak berimbang serta tidak aktual.

Berita tidak akurat disebabkan waktu (dikejar tayang/deadline), sifat berita TV yang sekilas dengar (*transitory*), kemampuan sumber daya manusia di tingkatan redaksi, minimnya pembekalan, pelatihan dan evaluasi terhadap wartawan, jurnalisme kloning, plagiarisme, atau bukan karya sendiri. Sementara untuk persoalan ketidakberimbangan berita disebabkan waktu, kemampuan SDM redaksi, pola peliputan bersama, upah/honor/besaran gaji. Sedangkan untuk masalah aktualitas, penyebabnya adalah minimnya bahan/kiriman berita dari wartawan, kreativitas/kualitas SDM redaksi, kesejahteraan wartawan, target/segmentasi pasar.

Persoalan penyebab berita tidak akurat, tidak berimbang, serta tidak aktual adalah persoalan terkait satu sama lain yang tidak bisa dipecah-pecah atau dipisah satu sama lain. Antara penyebab berita tidak aktual, tidak berimbang maupun tidak akurat merupakan satu kelompok persoalan yang menyebabkan munculnya persoalan di sisi lainnya. Dapat dilihat jika terdapat kesamaan mengenai penyebab masalah akurasi, ketidakberimbangan serta aktualitas.

Persoalan waktu misalnya yang disebut sebagai penyebab berita tidak akurat, ini sebenarnya juga sama sebagai penyebab berita tidak berimbang maupun tidak aktual. Minimnya waktu atau dikejar *deadline* menyebabkan wartawan dalam menyusun berita menjadi tidak maksimal termasuk akhirnya tidak melakukan konfirmasi atau hanya menyajikan berita dari satu sisi. Persoalan waktu juga dapat menjadi

penyebab berita menjadi tidak aktual atau terlambat disajikan. Penyebabnya, berita TV harus dilengkapi gambar bergerak. Ini mengharuskan wartawan datang ke lokasi, tidak cukup hanya dimuat layaknya berita koran melalui telepon.

Namun begitu, upaya semacam ini yakni berita melalui telepon tanpa disertai dengan gambar sudah banyak dilakukan media TV sebagai upaya mengejar kecepatan atau aktualitas. Redaksi bahkan tidak harus mengandalkan wartawan sebagai sumber informasi namun juga bisa menghubungi warga, saksi, atau pihak-pihak terkait yang dianggap kompeten dalam memberikan keterangan. Upaya menampilkan gambar pengganti tentu tergantung kreativitas atau kualitas kru redaksi seperti menggunakan peta, *picture shot*, atau menggunakan gambar yang bukan merupakan milik media bersangkutan, hingga mengolah gambar lama sebagai bentuk *preview* peristiwa.

Persoalan waktu penyebab berita tidak akurat, tidak berimbang maupun tidak aktual dapat diatasi bila SDM di redaksi cukup mempunyai. SDM mempunyai akan mampu mencermati, menilai berita mana yang perlu perbaikan, layak tayang atau tidak, perlu konfirmasi atau tidak, layak jadi *headline* atau tidak, bagaimana mengejar aktualitas sementara bahan dari wartawan sangat minim atau bahkan tidak ada sama sekali. Dengan kemampuan dimiliki, tentunya redaksi tidak perlu lagi sekadar menunggu kiriman wartawan namun aktif mengumpulkan fakta dan menyusunnya menjadi berita. Dengan begitu, pengulangan atau kekurangan berita bukan lagi menjadi masalah.

Kualitas berita dibuat wartawan ditentukan pula oleh kemampuan dan ketegasan sikap redaksi. Tanpa sumbangsih redaksi, tak akan didapat berita berkualitas kecuali memang wartawan yang dimiliki benar-benar telah memiliki

kemampuan diandalkan baik karena sudah berpengalaman maupun keaktifannya untuk terus menambah pengetahuan dan skill di bidang jurnalistik seperti mengikuti banyak pelatihan, organisasi, dan sebagainya tanpa menunggu langkah perusahaan.

Ketegasan sikap redaksi dalam mengelola wartawannya juga menjadi penyebab terkait. Ketegasan sikap ini akhirnya berhubungan dengan masalah seberapa besar perusahaan media mampu memberikan kesejahteraan pada pekerjanya. Jika perusahaan media melalui redaksinya tegas dalam mengambil sikap terhadap wartawannya tentu masalah akurasi, keberimbangan dan aktualitas ini dapat diatasi. Ketegasan ini pulalah yang akhirnya dapat mencegah adanya praktik-praktik ketidakprofesionalan wartawan dalam melakukan tugas mulai dari bentuk menulis dan menyusun berita ala kadarnya, plagiarisme, berita kloning, lepas berita, hingga praktik terima (meminta) suap (amplop).

Dari sekian banyak persoalan penyebab kualitas berita sebagaimana diungkap para informan, peneliti melihat ada dua persoalan yang sebenarnya menjadi persoalan utama dari penyebab kualitas berita yaitu masalah kompetensi wartawan serta tingkat kesejahteraan. Persoalan seperti waktu, jurnalisme kloning, pola peliputan bersama, dll merupakan persoalan yang muncul buah kurang kompetensinya wartawan serta kurangnya tingkat kesejahteraan diberikan perusahaan media. Wartawan tidak hanya mereka yang bekerja di lapangan namun juga yang di belakang layar.

Penutup

Pada akhirnya peneliti menyimpulkan jika kualitas tayangan berita dapat menjadi cermin bagaimana kualitas media bersangkutan. Pada akhirnya semua kembali kepada masalah profesionalitas

media. Untuk dapat menghasilkan berita berkualitas tentu harus memiliki pekerja-pekerja berkualitas mulai dari jurnalis di lapangan hingga jurnalis di belakang layar. Kualitas pekerja semacam ini akan didapat bila perusahaan media bersangkutan mampu memberikan imbalan sepadan dalam bentuk-bentuk kesejahteraan mulai dari besaran gaji atau honor, jaminan kesehatan dan keselamatan, hingga bentuk-bentuk tunjangan lainnya yang dapat memacu produktivitas, kreativitas serta profesionalitas mereka. Selain kesediaan dana, kondisi ini juga harus didukung dengan ketersediaan alat serta jumlah kru yang memadai.

Untuk mendapatkan pekerja yang berkualitas, yang dapat diandalkan hingga mampu menelorkan karya-karya yang berkualitas harus diawali dari proses seleksi tenaga kerja serta penempatannya. Berikutnya, untuk menduduki suatu posisi idealnya mengacu pada tahapan-tahapan sesuai struktur organisasi dibuat dan tidak secara instan. Dengan pola *un-instant* inilah *instink journalism* akan terasah, termasuk secara bertahap akan mengetahui bagaimana cara mengelola berita. Tentunya, ini harus diimbangi dengan pemberian bekal yang memadai baik dari perusahaan maupun dari pekerja sendiri untuk terus belajar dan menambah pengetahuan serta kemampuan tanpa harus menunggu langkah dari perusahaan. Pemberian tugas dan tanggung jawab harus disesuaikan dengan ketersediaan dana, alat juga personel. Dengan begitu, program yang dijalankan dapat maksimal dan tidak sekadar jalan. Fungsi-fungsi manajemen mulai dari komunikasi, koordinasi dan evaluasi juga harus terus dilakukan dan dilancarkan sehingga tidak ada hambatan-hambatan yang tertunda atau tak dapat diselesaikan. Dengan fungsi ini, jalannya media sebagai pemberi informasi, pendidik serta pengawas

sosial dapat dijalankan dengan maksimal. Perusahaan juga harus terbuka mengenai bentuk-bentuk peraturan berlaku termasuk mengenai hak-hak dan kewajiban satu sama lain. Dengan cara ini setidaknya iklim organisasi dapat terus terjaga. Iklim organisasi yang baik mempengaruhi produktivitas dan kreativitas wartawan.

Daftar Pustaka

- Asep Syamsul, Romli. (2003). *Jurnalistik Terapan dan Kependulisan*. Bandung: Batic Press.
- BM, Mursito. (2006). *Memahami Institusi Media Sebuah Pengantar*. Surakarta : Lindu Pustaka dan SPIKOM Surakarta.
- Bogart, Leo. "Reflections on Content Quality in Newspapers". *Newspaper Research Journal*, Volume 25, no. 1, 2004, hal.40.
- Burton, Graeme. (2000). *Memperbincangkan TV*. Yogyakarta: Jelasutra.
- Iskandar Muda, Deddy. (2005). *Jurnalistik TV*. Bandung: Rosdakarya.
- Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia.
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio*, LKiS, Yogyakarta.
- McQuail, Denis. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory (4th edition)*, Sage Publications.
- *McQuail's Mass Communication Theory (6th edition)*.
- Morissan. (2004). *Manajemen Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKiS.
- Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Siaran (P3SPS) tahun 2012.
- Shapiro, Ivor Shapiro; Albanese, Patricia; Doyle, Leigh. "What Makes Journalism "Excellent"? Criteria Identified by Judges in Two Leading Awards Programs". *Canadian Journal of Communication*, Vol 31, tahun 2006, hal.426-427.
- Sindorov, Viktor. "Methodology of Evaluative Analysis in Media and Social Connections of Journalism". *Journal of International Scientific Publications: Media and Mass Communication*. Volume I, tahun 2012, hal. 241.
- Sudibyo, Agus. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, Yogyakarta: LKiS.
- Suardi, Purnama. (2006). *Seputar Bisnis dan Produksi Siaran TV*. Padang : TVRI Sumatra Barat.
- Tamburaka, Apriadi. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta : Rajawali Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia, No. 32/2002 Tentang Penyiaran.
- www.atvli.com, diakses Selasa 9 April 2013, pk1.16.33 WIB

Refleksi Peran Media Sosial dalam Demokrasi dan Pemilu di Berbagai Negara: Bagaimana dengan Perannya dalam Proses Demokratisasi di Indonesia ?

Nurul Hasfi¹

Sunyoto Usman²

Hedi Pudjo Santosa³

Abstract

Social Network Sites (SNSs) or Social Media impacts significantly on social and political practices in society, including democracy. After the arrival of SNSs (2000s) many digital democracy experts and scholars from many countries focused their research in the issue of how this new ICT affect political democraton particularly general election. The main thesis behind the research problem usually dealing with assumption that as an interactive channel, SNSs would facilitate political discussion and provide new sphere among civil society. This article try to provide discussion about those issue from different point of views. The aim of the article is to challenge Indonesian researchers to explore the same issue by using Indonesian context.

Keywords: Social Network Sites (SNSs), democracy, general election

Pendahuluan

Perkembangan internet di Indonesia berlangsung pesat ditandai oleh dua hal penting yakni: 1) peningkatan signifikan jumlah pengguna internet; 2) perkembangan infrastruktur ICT yang memadahi. Pada tahun 2012 pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 63 juta, tahun 2013 sebanyak 82 juta, tahun 2014 sebanyak 107 juta pengguna dan di tahun 2015 diperkirakan mencapai 139 juta pengguna. Sebesar 87% dari total pengguna internet aktif menggunakan media sosial. Fakta ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna twitter terbesar nomor 5 di dunia (60 juta) dan

jumlah pengguna media facebook terbesar nomer 4 di dunia (65 juta).

Sementara itu, dari sisi infrastruktur ICT di era 2000-an teknologi internet juga mengalami perkembangan. Perangkat lunak internet yang semula berbasis web 1.0 (tidak interaktif) berkembang menjadi web 2.0 (interaktif). Web 2.0 ini bersifat partisipatif dan disebut dapat mendorong demokrasi. Sementara perkembangan perangkat keras (hardware) meliputi kemunculan telepon pintar (smartphone) dan laptop yang memungkinkan akses internet dimana saja. Berdasarkan data Citizen, tingkat penetrasi telepon pintar di Indonesia tahun 2013 mencapai 67,7%

1 Mahasiswa S3 Sosiologi UGM, Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Undip

2 Dosen Tetap Ilmu Sosiologi UGM

3 Dosen Tetap Ilmu Komunikasi Undip

yang mendapat peringkat keempat terbesar di dunia. Menurut data APJII (2012) ada sebanyak 41 juta telepon pintar dipakai masyarakat Indonesia dimana 24 juta dipakai di area perkotaan dan 17 juta dipakai di wilayah pedesaan.

Berbagai negara yang terlebih dahulu mengadopsi teknologi internet, telah menggunakannya dalam proses demokrasi diantaranya pemilihan umum (pemilu). Pemilu presiden 2014 merupakan salah satu proses demokrasi penting menggunakan media sosial salah satunya twitter dalam proses pembentukan opini publik. Twitter disebut memfasilitasi ruang publik bagi warga sipil untuk berkomunikasi dengan aktor demokrasi lain yakni pemerintah, komunitas kepentingan dan komunitas politik. Hal ini telah menggeser budaya sebelumnya, dimana ruang publik biasanya dimediasi oleh media tradisional (pers).

Apa yang terjadi dalam pilpres 2014 diperkirakan akan terjadi pula pada pemilu-pemilu selanjutnya. Dari sini, menarik untuk melihat bagaimana demokratisasi di Indonesia mendapatkan dampak positif ataupun negatif dari kemunculan Internet. Namun sebelum melangkah kesana sekiranya penting untuk melihat apa yang telah terjadi dalam proses demokrasi politik di belahan dunia lain yang terlebih dahulu mengadopsi teknologi baru ini. Dari sinilah selanjutnya peneliti di Indonesia akan lebih mudah melihat celah-celah perdebatan teoritis yang muncul dan selanjutnya dapat dipakai sebagai refleksi atas fenomena yang terjadi di Indonesia.

Pembahasan

Sejak tahun 1990-an, penelitian mengenai internet banyak memberikan perhatian pada studi mengenai hubungan antara internet dengan perubahan sosial dan politik. Demokrasi menjadi salah satu

teori utama yang banyak dibahas para pakar. Dalam perkembangannya, berbagai penelitian mengenai demokrasi di dunia maya ini telah memunculkan demokrasi baru yang disebut dengan istilah demokrasi digital (*digital-democracy*), demokrasi siber (*cyber-democracy*), demokrasi internet (*internet-democracy*).

Penelitian Dumitrica (2014); Tolbert (2003); dan Ifukor (2010) menyimpulkan internet dan sosial media meningkatkan partisipasi politik dan diskusi publik. Dumitrica (2014) mengidentifikasi cara generasi muda mengkonstruksi wacana media sosial (Facebook dan Twitter) sebagai alat untuk terlibat dalam politik (*political engagement*). Hasil penelitian menyebutkan media sosial membangun keterlibatan politik, menciptakan perasaan responden sebagai bagian dari masyarakat, menyediakan akses ke informasi sekaligus kemampuan untuk menyebarkannya, dan membuka sarana baru membangun hubungan pribadi antara politisi dan warga. Singkatnya, media sosial memproduksi keterlibatan (*engagement*) publik yang tersebar.

Tolbert (2003) fokus pada usaha menjelaskan bahwa perubahan teknologi komunikasi (ICT) memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku memilih (*voting behavior*) dan partisipasi politik. Dengan menggunakan metode survei dan analisis multivarian, penelitian ini menemukan bahwa responden yang memiliki akses internet dan akses ke berita online memiliki motivasi untuk mengikuti pemilihan presiden di Amerika tahun 1996 dan 2000. Selain itu internet juga berpengaruh pada meningkatnya mobilisasi politik diluar aktivitas memilih (*voting*) dalam pilpres tahun 2000.

Sementara itu Dimitrova & Dianne (2013) membahas tentang efek penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik

dan *image* kandidat dalam peristiwa Iowa Caucuses. Iowa Caucuses merupakan pemilihan momentum politik yang memilih delegasi negara bagian Iowa US. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa sosial media tidak berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilu. Kendati demikian media sosial mempengaruhi persepsi pemilih terhadap *image* kandidat. Ifukor (2010) meneliti dengan menggunakan metode analisis wacana untuk melihat konstruksi bahasa pada teks yang diproduksi blog dan Twitter selama pemilihan presiden Negerita tahun 2007 dan 2009. Penelitian ini bertujuan melihat variasi wacana yang muncul di sosial media selama pemilu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial telah menjadi wadah yang mampu memberdayakan (*empowering*) para pemilih dengan terlibat aktif dalam demokrasi, mendorong diskusi publik tentang politik dan memperkuat proses demokrasi. Peran media sosial juga tidak sebatas pada meningkatkan partisipasi dalam debat politik dan penggunaan hak suara (*voting behaviour*), namun juga mendorong tindakan kolektif (*collective action*) di tingkat nyata (*offline*). Shcherbak (2014) mengeksplorasi hubungan antara internet dengan pemilu di Rusia pada tahun 2011-2012 dengan melakukan analisis isi kuantitatif terhadap blog politik bernama LiveJournal. Studinya menyimpulkan bahwa aktivitas politik di internet tidak hanya mendorong partisipasi politik *online*, namun juga bisa memicu gerakan politik di tingkat *offline*.

Postmes (2002) membahas bagaimana Internet (web) dapat merubah tindakan kolektif dari tindakan persuasif menjadi konfrontatif dan dari level individu menjadi kolektif. Hal ini memungkinkan karena ideologi anti-otorisasi yang melekat di internet. Penelitian dengan metode survey ini memperlihatkan bahwa

menurut kalangan aktivis dan non-aktivis tindakan online (*online action*) dianggap sebagai alternatif tindakan yang setara dengan tindakan nyata (*offline*). Sementara itu Vaccari (2008) fokus pada peran internet dalam memfasilitasi para pemilih untuk terlibat dalam proses mobilisasi pendukung capres dalam pemilu US 2004. Dengan melakukan wawancara mendalam terhadap koordinator senior e-campaign George W. Bush dan John F. Kerry penelitian ini mendeskripsikan mengenai apa yang dilihat pengguna internet di website kandidat, alat yang dipakai para kandidat untuk e-campaign, aktivitas politik di internet terkait dengan media mainstream, dan bagaimana *action-online* termobilisasi menjadi *offline action* (*netroots*). Secara umum penelitian ini optimis bahwa internet mampu menjadi alat kampanye di masa depan.

Gleason (2013) mengidentifikasi bagaimana individu terlibat dalam gerakan dunia maya yang disebut '*Occupy Wall Street Movement*' (OWSM) dengan menggunakan media sosial yakni Twitter. Peneliti menggunakan mixed-methode yakni menggabungkan data statistik deskriptif, konten analisis, dan studi kasus. Studi ini menunjukkan bahwa Twitter mendukung peluang untuk partisipasi dalam gerakan Occupy Wall Street - dari membuat, men-tag, dan berbagi konten hingga membaca, terlibat dan mengikuti hashtag (#) - yang memfasilitasi para pengguna internet terinformasi dan menjadi warga yang aktif terlibat dalam politik. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa; a) Twitter mendorong proses pembelajaran informal tentang gerakan OWSM yang dilihat dari adanya 30%-40% persen tweet menyebarkan *hyperlink* tentang gerakan ini; b) Twitter memproduksi ini yang dibuat warga sendiri (*user generated*) dan tidak hanya terhantung pada konten media tradisional.

Enjolras (2012) ingin melihat bagaimana media sosial mempengaruhi partisipasi warga dalam demonstrasi di ranah nyata (*offline*) dengan menggunakan survei web individu di Norwegia. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa struktur informasi di media sosial menghasilkan karakter mobilisasi yang kuat dan independen. Karakter partisipan mobilisasi melalui sosial media yakni masyarakat berstatus sosial-ekonomi rendah dan usia yang lebih muda dibandingkan masyarakat yang dimobilisasi platform media lain. Temuan penelitian ini sekaligus menguatkan tesis bahwa media sosial merepresentasikan struktur alternatif selain media mainstream, serta menjadi 'organisasi politis' masyarakat sipil yang direkrut dengan cara berbeda serta menjangkau berbagai segmen masyarakat.

Terkait dengan tantangan dan peluang yang dimiliki media sosial, berbagai penelitian menunjukkan bahwa ada interaksi antara gerakan demokrasi yang berlangsung di ranah media online dengan yang bergerak di saluran media lain (televisi, radio, majalah dll). Larsson (2010) meneliti *microblogging* sebagai komunikasi politik dengan menerapkan metode statistik dan *Social Network Analysis (SNA)* terhadap debat politik di Twitter dalam pemilu Swedia 2010. Penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh tentang penggunaan Twitter dalam kampanye Pemilu di Swedia; mengidentifikasi jenis pengguna Twitter yang bervariasi dan menemukan adanya hubungan erat antara aktivitas Twitter dengan berbagai pemberitaan yang berlangsung di media tradisional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara kuantitatif Twitter meningkatkan debat publik: yang disebut penulis sebagai area baru untuk komunikasi publik yang termediasi.

Shah (2005) membahas peran internet

sebagai sumber informasi politik dan ruang untuk ekspresi publik. Dengan menggunakan metode survey dan 3 alat uji data yakni *cross sectional*, *fixed effects*, and *auto*. Semua model mengungkapkan media online melengkapi media tradisional dalam proses diskusi politik dan penyampaian pesan oleh warga. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa internet berhasil menyaingi kekuatan media tradisional sebagai alat mobilisasi dan alat informasi.

Pesimisme terhadap peran media sosial dalam pemilu nampak dalam penelitian tentang munculnya kampanye negatif di media sosial yang lebih leluasa bergerak. Penelitian yang dilakukan Hosch-Dayican (2014) meneliti sejauh mana warga memanfaatkan Twitter untuk kepentingan kampanye pemilu. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi terhadap 1,2 juta tweet yang diproduksi selama 3 minggu selama masa kampanye pemilihan parlemen Belanda tahun 2012. Penelitian ini menyimpulkan bahwa warga berpartisipasi dalam kampanye di Twitter, namun mereka memiliki gaya kampanye yang berbeda dibandingkan dengan para pengguna profesional (politisi). Warga lebih banyak memproduksi kampanye negatif dibandingkan kalangan politisi. Tweet negatif yang diproduksi warga didominasi oleh ekspresi emosi dan opini yang mengindikasikan bahwa warga menganggap Twitter lebih sebagai alat untuk mengekspresikan ketidakpuasan daripada alat kampanye.

Sementara itu, Ceron (2015) melihat dampak pesan e-campaign melalui media sosial (Twitter). Pada langkah awal ia melakukan analisis isi tentang kampanye negatif dan kampanye positif di akun resmi Twitter partai-partai dalam pemilu 2013 di Italia. Dampak e-campaign di Twitter terhadap persebaran suara-suara

yang muncul di Twitter kemudian diukur dengan teknik inovatif analisis sentimen (*innovative technique of sentiment analysis*). Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kampanye negatif memiliki efek positif terhadap kandidat yang diserang. Sebaliknya, penelitian ini memperlihatkan bahwa kampanye positif hanya efektif manakala menggunakan pendekatan hubungan personal dan pendekatan distributif. Sementara itu Groshek & Ahmed (2013) melakukan analisis isi terhadap 1.4 juta text yang ada di facebook dan Twitter selama kampanye presiden Amerika Serikat tahun 2012 dengan kandidat presiden Barack Obama dan Mitt Romney. Metode analisis isi kuantitatif deskriptif ini menggunakan software DiscoverText untuk mengkalkulasi teks di media sosial. Tujuannya penelitian ini ingin mendapatkan deskripsi mengenai topik dan tema dominan yang muncul dalam kampanye online. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa Obama dibingkai positif, sebaliknya Romney dibingkai negatif. Penelitian ini juga menemukan bagaimana akun-akun media sosial masing-masing kandidat saling mengkritik secara berlebihan.

Berbeda dengan penelitian di negara-negara barat yang memperlihatkan dominasi optimisme peran media sosial dan pemilu, penelitian di negara non-barat khususnya Asia tenggara menunjukkan pesimisme. Setidaknya ini terlihat dari hasil penelitian di beberapa negara di Asia Tenggara yang menyimpulkan bahwa media sosial tidak secara signifikan mendorong demokrasi, bahkan ada indikasi merusak demokrasi (Sreekumar & Shobha, 2013; Grömping, 2014; Gomes, 2014).

Sreekumar & Shobha (2013) meneliti tentang pemanfaatan media media dalam pemilu parlemen di Singapura tahun 2011. Penelitian menganalisis akun Twitter

yang membahas tentang elite politik yang memiliki ribuan pengikut (*political Twitterati*). Pengumpulan data diambil dari 13 akun Twitter beridentitas dan tak beridentitas (anonim). Twitter-Twitter tersebut aktif memproduksi teks sosio-politik yang penuh candaan, sarkasme, sindiran dan parodi yang ditujukan pada pemerintah. Penelitian ini menyimpulkan Twitter memang berperan dalam demokrasi dengan memunculkan narasi tandingan. Twitter disebut menjadi penentu utama kemenangan oposisi Singapura yang diluar dugaan berhasil meraih 6 kursi di parlemen. Kendati demikian, peneliti tidak melihat adanya pengaruh Twitter yang signifikan seperti halnya yang terjadi di negara-negara lain. Twitter telah memperluas ruang lingkup partisipasi demokratis di singapura namun demikian Singapura tetap mempertahankan ideologi negara demokratik liberal non-barat.

Selanjutnya, Grömping (2014) mendeskripsikan komunikasi politik yang berlangsung di halaman facebook kelompok partisan selama pemilihan umum Thailand tahun 2014. Metode yang digunakan yakni analisis isi posting Facebook, analisis jaringan dan visualisasi interaksi pengguna antar halaman facebook. Hasil penelitian menyebutkan bahwa *Social Networking Sites* (SNSs) tidak membuat diskusi politik online menjadi lebih deliberatif. Sebaliknya, media sosial mendorong berkembangnya kantong-kantong pemikiran kelompok yang bersifat eksklusif yang terisolasi dengan kelompok lain (*enclave group*). Wacana politik yang terjadi di kantong-kantong tersebut ditandai dengan munculnya informasi yang tidak konsisten dan mengandung kekeliruan. Penelitian menyimpulkan bahwa media sosial merupakan 'ruang gema' (*echo chamber*) yang tidak memungkinkan terjadinya pertukaran ide dan refleksi kritis.

Hasil serupa ditemukan Gomez (2014) dalam penelitiannya yang melihat peran media sosial dalam mempengaruhi hasil akhir pemilu 2013 di Malaysia, fokus pada dua isu utama yakni *voting behavior* dan kampanye pemilu. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa secara politis media sosial berperan aktif dalam lima tahun sejak pemilu 2008 hingga pemilu 2013. Berbeda dengan pemilu 2008 dimana media sosial menentukan kemenangan oposisi, dalam pemilu 2013 media sosial tak dapat berbuat banyak. Hal ini disebabkan karena adanya kekuasaan terstruktur, koalisi partai berkuasa, kekuasaan inkumben atas akses terhadap negara, politisasi etnis dan Islam yang mendominasi internet. Kemenangan oposisi di kursi parlemen tahun 2008 diakui sebagai kelengahan partai berkuasa dalam kampanye siber (*cyber campaign*), dan dalam pemilu 2013 telah disadari oleh partai berkuasa (Barisan Nasional). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa narasi media sosial dalam pilpres di Malaysia tahun 2013 hanya bagian kecil dari narasi lain yang dibentuk oleh mainstream media (TV dan cetak), iklan berbayar, dan pemasaran langsung yang mendominasi keseluruhan kampanye politik. Meski media sosial bisa dibilang gagal membawa gerakan arus bawah dalam pemilu 2013, namun penelitian ini melihat media sosial akan terus menjadi alat penting dalam pemilu kedepan.

Sementara itu dalam berbagai penelitian mengenai media sosial dan demokrasi, model demokrasi deliberatif Jürgen Habermas menjadi landasan teori utama karena fokus analisis pada proses komunikasi yang merupakan praktek utama dalam proses demokrasi digital. Wiklund (2005) ingin melihat potensi ICT berupa internet dari sudut pandang model diskursif teori demokrasi deliberatif Jürgen Habermas. Jika berbagai

penelitian mengenai demokrasi digital banyak fokus pada warga sipil dengan melihat kualitas ruang publik, Hans mencoba melihat digital demokrasi dari sudut penyediaan infrastruktur oleh pemerintah yakni e-government berupa website. Penelitian ini fokus pada potensi infrastruktur ICT dalam mendukung cita-cita demokrasi deliberatif yang didasarkan pada eksplorasi kuantitatif terhadap 289 situs milik pemerintah Swedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, jika dirancang dengan benar, layanan ICT memiliki potensi demokrasi deliberatif. Namun, pada kenyataannya, potensi itu masih sebatas pada membuka proses pembelajaran sosial tentang argumen rasional sebagai argumen utama model demokrasi deliberatif Habermas.

Karlsem (2015) fokus meneliti peran opinion leader dalam aliran komunikasi (*flow of communication*) yang berlangsung dalam jaringan komunikasi situs jejaring sosial atau social networking sites (SNSs). Karlsem menginvestigasi sejauh mana para opinion leader menjadi follower partai dan politisi dan bagaimana tingkat keaktifan mereka baik *online* maupun *offline*. Penelitian ini mensurvei 5700 responden dan menemukan bahwa sebagian besar pengikut (*follower*) akun partai dan politisi Facebook merupakan opinion leader yang aktif dalam jaringan *online* dan *offline*. Temuan ini meningkatkan hubungan signifikan antara jejaring sosial dengan peran *opinion leader* dalam arus komunikasi politik (*flow of political communication*) di masyarakat.

Penelitian Ruiz, dkk (2011) mengidentifikasi sejauh mana diskusi digital sesuai dengan prinsip-prinsip diskusi deliberatif Habermas. Ruiz menganalisa sekitar 15.000 komentar dari pengguna internet yang diunggah di lima versi *online* surat kabar nasional.

Hasil penelitian ini menyimpulkan telah terjadi debat demokratis di media online. Ruiz mengidentifikasi adanya dua model partisipasi pengguna internet; pertama, partisipasi berupa debat rasional yang saling menghargai satu sama lain meski terdapat perbedaan pendapat; kedua, partisipasi berupa penyampaian ekspresi yang tidak disertai debat argumentatif.

Sementara itu hingga tulisan ini dibuat, belum menemukan artikel jurnal internasional yang secara khusus membahas media sosial dan pemilu di Indonesia. Namun demikian penelitian terkait internet dan demokrasi sudah banyak dilakukan para ahli. Hill & Sen (2000) adalah peneliti pertama yang komprehensif membahas mengenai praktek politik dan budaya konsumsi internet di Indonesia. Penelitiannya kemudian dijadikan buku yang berjudul *The Internet in Indonesia's new democracy*. Setidaknya ada tiga topik besar yang mereka diskripsikan dalam buku ini; a) proses masuknya internet di Indonesia pada pertengahan tahun 1995; b) peran internet dalam krisis ekonomi dan politik tahun 1997-98; c) peran internet pada masa transisi demokrasi di masa awal reformasi hingga akhir reformasi.

Memasuki pertengahan tahun 2000 penelitian mengenai internet dan demokrasi di Indonesia bergeser ke blog dan media sosial. Lim (2005, 2012, 2013) merupakan peneliti produktif dengan isu internet dan aktivitas politik di Indonesia. Disertasi Lim (2005) membahas mengenai peran internet di Indonesia dalam aktivitas politik di masa transisi Orde Baru ke era Reformasi. Penelitiannya mengidentifikasi hubungan internet-masyarakat dalam konteks negara non-Barat. Penelitian ini didasari pandangan bahwa penelitian tentang hubungan internet-masyarakat tidak bisa hanya meneliti ruang maya (*online*), namun juga melibatkan ruang nyata (*offline*). Lim membandingkan dua peristiwa besar di Indonesia yang

mengimplementasikan internet, yakni; 1) Reformasi 98 dan 2) Konflik Maluku. Disertasi Lim ini menyimpulkan bahwa; a) adanya keterkaitan antara gerakan sosial politik di internet (*online*) dengan gerakan nyata (*offline*); b) fungsi internet seperti pedang bermata dua yakni sebagai pendorong demokrasi yang tercermin dalam peristiwa reformasi 98) dan melemahkan demokrasi, yang tercermin dari penggunaan internet oleh Laskar Jihad. Waktu itu Laskar Jihad menggunakan internet sebagai alat untuk menghidupkan kembali isu primordialisme, SARA dan identitas komunal untuk menggerakkan aksi kekerasan kolektif.

Selanjutnya, Lim (2012) melakukan penelitian dengan basis data statistik 80 blog-blog di Indonesia yang fokus membicarakan isu sosial dan politik dari tahun 2009 hingga tahun 2011. Data menyebutkan ada lima isu yang menjadi perhatian para blogger berurutan dari yang paling populer, yakni a) Prita Mulyasari, b) Ariel/ Luna, c) Sri Mulyani/Century, d) Ahmadiyah, d) Lapindo. Dari data ini, Lim membaca adanya bias dalam diskusi di blog di Indonesia. Lim berkesimpulan isu yang terkait dengan kalangan menengah-keatas mendapat perhatian lebih yakni kasus Prita Mulyasari, Ariel/ Luba dan Sri Mulyani/ Century. Sementara itu isu Ahmadiyah dan Lapindo sangat minim perhatian, padahal dua peristiwa itu merupakan isu sosial-politik yang penting dalam konteks sosial politik di Indonesia. Ia juga berpendapat kasus Lapindo mendapat perhatian minim di dunia maya karena berseberangan dengan ideologi salah satu mainstream media (TV One dan ANTV). Kedua televisi itu adalah milik Aburizal Bakrie yang bertanggung-jawab atas bencana lumpur Lapindo.

Lim (2013) melakukan penelitian empiris dengan pendekatan kritis mengenai peran media sosial dalam proses perubahan politik dan sosial di Indonesia. Ia memfokuskan

pada identifikasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan gerakan politik di media sosial (*social media activism*). Penelitian ini membahas tiga faktor yang menghambat gerakan media sosial di Indonesia; pertama, karakter media sosial yang cepat dan memuat konten tak terbatas mensyaratkan narasi sederhana yang mudah diingat dan diolah pengguna media sosial; kedua, media sosial merupakan bagian dari sistem media yang lebih luas. Dengan demikian, budaya media sosial harus menyesuaikan dengan budaya media mainstream (surat kabar, majalah, televisi, radio). Ketiga, pengguna media sosial yang sebagian besar terkonsentrasi di perkotaan memunculkan tantangan bagi para aktivis dalam menyampaikan narasi politisnya. Narasi para aktivis seringkali harus bersaing dengan konten-konten hiburan yang juga dibutuhkan oleh para konsumen menengah-keatas yang tinggal di perkotaan. Selanjutnya Lim menyimpulkan bahwa aktivitas politik di media sosial (*social media activism*) akan sukses manakala; a) memiliki narasi sederhana; b) terkait dengan tindakan beresiko kecil; dan searah dengan meta-narasi (misal: isu nasionalisme dan keagamaan). Di sisi lain, aktivitas politik di media sosial (*social media activism*) kemungkinan akan gagal apabila narasi yang dibawa para aktivis berseberangan dengan narasi dominan yang dibawa media mainstream.

Penelitian mengenai media sosial dan demokrasi juga dilakukan oleh Gazali (2014), merespon temuan penelitian Lim (2013) mengenai pesimismenya terhadap gerakan sosial media di Indonesia. Tujuan utama penelitian ini mengeksplorasi bagaimana komunikasi politik di media sosial di Indonesia, mungkin mereformulasi demokrasi di Indonesia atau setidaknya mereformulasi proses demokratisasi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan alat utama berupa empat komponen

demokrasi yakni pemerintah (negara), pasar, masyarakat sipil, dan media (Gazali, 2004, dalam Gazali 2014). Gazali melakukan wawancara mendalam terhadap responden yang mewakili masing-masing komponen demokrasi yaitu dari pemerintah, warga sipil, pasar dan media. Mereka ditanya mengenai bagaimana peran media sosial dalam proses demokrasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial merupakan media baru yang dapat berkolaborasi dengan semua komponen demokrasi untuk membangun demokrasi yang lebih kuat. Temuan ini sekaligus membantah kesimpulan Lim (2013) yang menyebut bahwa gerakan sosial dan politik di dunia maya di Indonesia hanya sukses manakala narasi yang dibawa sederhana, tidak bertentangan dengan narasi media mainstream dan fokus pada isu-isu nasionalisme dan keagamaan. Gazali mendorong para komponen demokrasi untuk mengeksplorasi potensi media sosial yang selanjutnya disebutnya sebagai demokrasi media sosial (*social media democracy*).

Diskusi dan Kesimpulan

Berdasarkan diskusi mengenai peran media sosial dalam pemilu dan demokrasi politik di berbagai negara termasuk di Indonesia, nampaknya peran internet dalam demokrasi masih menjadi bahan perdebatan para peneliti. Hasil penelitian terbagi dalam tiga sikap yakni optimistik, pesimistik dan skeptik. 1) *cyberoptimist*, yang berpandangan bahwa media sosial telah membuka kemungkinan luas terbangunnya komunikasi, interaksi, jaringan sosial dan mobilisasi bagi segenap aktor demokrasi tanpa hambatan sekat-sekat ideologi, etnis dan agama. Keberadaan media sosial dapat memfasilitasi warga sipil tumbuh menjadi satu entitas yang leluasa mengembangkan dialog publik menanggapi kriteria capres yang mereka inginkan, melawan berbagai

monopoli dan manipulasi oleh elite dan pasar yang selama ini selalu muncul dalam proses pemilu. Dalam konteks ini relasi-relasi kekuasaan antara aktor demokrasi tidak lagi mengikuti narasi penguasa.

2) *cyberpesimism*, yang mengkhawatirkan media sosial justru menjadi media yang bebas dipakai sebagai alat untuk komodifikasi identitas masyarakat (etnis, agama, kultur, dll) dan komoditas bentuk lain untuk kepentingan-kepentingan politik selama pemilu yakni kemenangan capres 2014. Hal semacam ini Twitter justru dianggap membahayakan proses demokrasi di Indonesia yang berlatar masyarakat pluralis dan multikultural karena mempertajam sekat-sekat perbedaan; 3) *cybersceptism* terhadap peran media sosial dalam mendorong proses demokrasi beranggapan bahwa media sosial tidak memiliki dampak dramatis sebagaimana digambarkan oleh kalangan optimistik maupun kalangan pesimistik. Bagi kalangan ini, proses komunikasi politik yang berlangsung di media sosial selama pemilu tidak memberikan pengaruh apapun dalam proses demokrasi di ruang nyata (*offline*), bahkan mungkin wacana yang dibawa hanya berputar di ranah maya (*online*).

Dari berbagai literatur mengenai media sosial dan demokrasi politik yang telah dibahas di atas, nampaknya *cyber-optimist* masih nampak dominan terutama di negara-negara barat (Western countries) – dimana ICT dikembangkan. Namun, penelitian ini mencatat bahwa peran media sosial di negara Asia Tenggara justru menunjukkan kecenderungan yang sebaliknya. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Sreekumar & Shobha (2013) di Singapura, Grömping (2014) di Thailand dan Gomez (2014) di Malaysia menemukan bahwa media sosial tidak secara signifikan mendorong demokrasi, bahkan ada indikasi merusak demokrasi. Dari titik ini diharapkan akan memunculkan berbagai pertanyaan lanjutan

terkait dengan penerapan media sosial dan internet di negara-negara *non-Western*, termasuk Indonesia.

Pilpres 2014 misalnya merupakan momentum dimana pilpres secara masif menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi politik. Jika dibandingkan dengan apa yang terjadi di Thailand, Singapura dan Malaysia sepertinya tidak terlalu berbeda. Negara *non-Western* dengan berbagai keunikan, karakter warga dan kematangan berdemokrasi yang belum utuh mungkin menjadi sumber kegagalan dari penerapan teknologi ini. Hasfi, Santosa & Lukmantoro (2015) misalnya, dalam sebuah studi dengan metode analisis wacana kritis mengenai wacana capres 2014 di Twitter memperlihatkan adanya permasalahan dalam proses diskusi publik di media sosial. Media sosial yang disebut sebagai media partisipatif tidak menjamin adanya transparansi karena menjadi lahan tumbuh suburnya akun-akun anonim.

Mereka memproduksi informasi-informasi yang tak terkonfirmasi dan data manipulatif demi kepentingan kelompok tertentu. Dengan demikian, media sosial yang disebut para ahli merupakan ruang publik baru, ternyata tidak berada dalam ruang hampa (*vacuum*) namun berada dalam kendali aktor-aktor demokrasi yang berkepentingan terhadap kekuasaan (*power*). Namun demikian, tesis penelitian tersebut tentunya membutuhkan diskusi lebih lanjut dari berbagai pendekatan keilmuan untuk melihat secara lebih komprehensif tentang bagaimana peran media sosial dalam proses demokrasi politik di Indonesia. Selanjutnya berbagai penelitian terkait peran media sosial ini menjadi penting manakala mampu memberikan rekomendasi-rekomendasi praktis, sosial dan teoritis, sehingga potensi sosial media bisa dimanfaatkan dengan maksimal dalam proses demokrasi politik di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Ceron, Andrea & Giovanna d'Adda. (2015). *E-campaigning on Twitter: The effectiveness of distributive promises and negative campaign in the 2013 Italian election*. New Media and Society. DOI:10.1177/1461444815571915 nms.sagepub.com
- Dimitrova, Daniela V. & Dianne Bystrom. (2013). *The Effects of Social Media on Political Participation and Candidate Image Evaluations in the 2012 Iowa Caucuses*. *American Behavioral Scientist*. DOI: 10.1177/0002764213489011
- Dumitrica, Delia. (2014). *Imagining engagement: Youth, social media, and electoral processes*. *The International Journal of Research into New Media Technologies* 1-19. DOI: 10.1177/1354856514553899
- Enjolras, Bernard, Kari Steen-Johnsen, and Dag Wollebæk. (2012). *Social media and mobilization to offline demonstrations: Transcending participatory divides? New media & society* 15(6) 890 -908. sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav. DOI: 10.1177/1461444812462844
- Gazali, Effendy.(2014), *Learning by clicking: An experiment with social media democracy in Indonesia*. *International Communication Gazette*. DOI: 10.1177/1748048514524119
- Gleason, Benjamin. (2013). *#Occupy Wall Street: Exploring Informal Learning About a Social Movement on Twitter*. *American Behavioral Scientist* 57(7) 966 -982. SAGE Publications. DOI: 10.1177/0002764213479372
- Gomez, James. (2014). *Social Media Impact on Malaysia's 13th General Election*. *Asia Pacific Media Educator* 24(1)95-105. SAGE Publications Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC. DOI: 10.1177/1326365X14539213
- Groshek, Jacob & Ahmed Al-Rawi. (2013). *Public Sentiment and Critical Framing in Social Media Content During the 2012 U.S. Presidential Campaign*. *Social Science Computer Review*. DOI: 10.1177/0894439313490401
- Grömping, Max. (2014). *Echo Chambers' Partisan Facebook Groups during the 2014 Thai Election*. *Asia Pacific Media Educator*. SAGE Publications Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC DOI: 10.1177/1326365X14539185 http://ame.sagepub.com
- Hasfi, Hedi PS, Triyono L. (2015). *Twitter dan Pemilu di Indonesia: Propaganda di Ruang Publik Maya*. *Proceeding Seminar Nasional Aspikom 2015*. Surabaya.
- Hosch-Dayican & Bengu, Chintan Amrit, Kees Aarts, and Adrie Dassen. (2014). *How Do Online Citizens Persuade Fellow Voters? Using Twitter During the 2012 Dutch Parliamentary Election Campaign*. *Social Science Computer Review* 1-18. Sage Publiation. DOI: 10.1177/0894439314558200
- Ifukor, Presley. (2010). "Elections" or "Selections"? *Bloggng and Twittering the Nigerian 2007 General Elections*. *Bulletin of Science Technology & Society*. DOI: 10.1177/0270467610380008
- Karlsen, Rune. (2015). *Followers are opinion leaders: The role of people in the flow of political communication on and beyond social networking Sites*. *European Journal of Communication* 1 -18. DOI: 10.1177/0267323115577305
- Larsson, Anders Olof & Hallvard Moe, (2010). *Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign*. *New Media & Society* 14(5) 729-747. Sagepub.co.uk. DOI: 10.1177/1461444811422894.
- Lim, Marlyna .(2011). *@crossroads: Democratization and Corporatization of Media in Indonesia*. USA: Arizona State University & Ford Foundation

- Lim, Marlyna.(2012a).*The Languge Of Thirteen: Media Concentration in Indonesia*. USA: Arizona Stane University& Ford Foundation
- Lim, Marlyna. (2012b). *Between consumption and citizenship: Social media and political participation in Indonesia*. Strategic Review. APRIL-JUNE 2012/VOL 2-NO 2
- Lim, Marlyna.(2013). *Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia*. Journal of Contemporary Asia. DOI:10.1080/00472336.2013.769386
- Mohd, Zuraidah Don & Alan May. (2013).*The discursive representation of Iran's supreme leader in online media*. Discourse Society. DOI: 10.1177/0957926513486222
- Postmes, Tom & Suzanne Brunsting. (2002). *Collective Action in the Age of the Internet Mass Communication and Online Mobilization*. Social Science Computer Review, Vol. 20 No. 3, Fall 2002 290-301
- Ruiz, Carlos at all. (2011).*Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers*. The International Journal of Press/Politics. DOI: 10.1177/1940161211415849
- Shcherbak, Olessia Koltsova & Andrey. (2014). *LiveJournal Libra!': The political blogosphere and voting preferences in Russia in 2011-2012*. New Media Society. DOI: 10.1177/1461444814531875
- Sreekumar, t.t. and Shobha Vadrevu . (2013). *Subpolitics and Democracy: The Role of New Media in the 2011 General Elections in Singapore*. Science Technology Society. DOI: 10.1177/0971721813489458
- Tang, Lijun & Peidong Yang. (2011). *Symbolic power and the internet: The power of a 'horse'*. Media Culture Society. DOI: 10.1177/0163443711404462
- Wiklunda, Hans. (2005). *Habermasian analysis of the deliberative democratic potential of ICT-enabled services in Swedish municipalities*. New Media and Society. London & New Delhi: SAGE Publications: DOI: 10.1177/1461444805056013
- Vaccari, Cristian.(2008). *From the air to the ground: the internet in the 2004 US presidential campaign. new media & society*. Los Angeles, London, New Delhi and Singapore: SAGE Publications. Vol10(4): 647-665 [DOI: 10.1177/1461444808093735]
- Zheng, Yongnian Guoguang Wu. (2005). *Information Technology, Public Space and Collective Action in China*. Comparative Political Studies, Vol. 38 No. 5, June 2005 507-536 DOI: 10.1177/0010414004273505
- Lim, Merlyna. (2005). *@rchipelago online: The Internet and Political Activism in Indonesia*. Dissertation of The University of Twente, Enschede, The Netherlands

ETIKA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM INISIASI KOMUNITAS “WARGA SIAGA” BAHAYA RADIKALISME DI DUSUN DIMORO, GATAK, SUKOHARJO

Firdastin Ruthnia Yudiningrum

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

Socialization and community initiation “citizen alert” against the danger of radicalism, especially related to the actual issues in recent years, such as the recruitment of citizen became a member of ISIS and other extremist groups in the name of religion. We need to realize that preventive measures and to provoke issues of radicalism can not just rely on the government’s role, but it is proper citizens also joined the initiative and play an active role and rewarding real action through a community of “citizens alert” against the danger of radicalism. Moreover, the danger of radicalism can disrupt the stability and security of a snowball effect if not treated early, or in other words a better prevention efforts rather than repression. Besides the real action is also a form of moral responsibility and concern for the social problems associated with the ethics of intercultural communication developed in the community, especially in Hamlet Dimoro, Klaseman Village, District Gatak, Sukoharjo. The choice of location in Sukoharjo is reasonable, based on information from government because Sukoharjo that the facts on the ground to mention the increasing radicalism and anarchism are considered quite rapidly in the region at the beginning of 2015. The creation of a community of “citizen alert” will be a domino effect not only around Hamlet Dimoro region, but also became a pilot in the other areas.

Keywords: *Ethics of intercultural communication, Socialization and community initiation “citizen alert”, the danger of radicalism.*

Pendahuluan

Indonesia adalah negara dengan komunitas Islam terbesar di dunia dengan hampir 90 persen penduduknya beragama Islam dari total jumlah penduduknya yang mencapai lebih dari 247 juta jiwa. Meskipun demikian Indonesia bukanlah negara Islam, melainkan negara sekuler yang menjadi salah satu tujuan dari incaran terorisme internasional, terutama

pasca peristiwa terorisme global September 2001 lalu. Ditambah lagi dengan terjadinya peristiwa bom Bali pada tahun 2002 semakin mengukuhkan eksistensi gerakan radikal di Indonesia. Dugaan yang memungkinkan adalah masa Orde Baru di bawah rezim otoriter militer tentu menjadi salah satu jawaban mengapa gerakan radikal di Indonesia tidak mengalami perkembangan yang berarti

di bawah Soeharto. Tetapi sebenarnya sejarah radikalisme telah terjadi sebelum kemerdekaan melalui beberapa pemberontakan yang menginginkan berdirinya negara Islam, seperti gerakan Kartosuwiryo dan Kahar Muzakkar.

Namun pasca *black September*, gerakan radikal dewasa ini telah mengalami sejumlah perubahan, terutama pada struktur organisasi, target, maupun pendanaannya. Runtuhnya *World Trade Center* (WTC) telah membuktikan adanya organisasi terorisme internasional yang dikendalikan secara profesional dengan target operasional melintasi batas-batas negara. Sehingga tidak ada satupun negara di dunia yang mutlak bebas dari serangan terorisme. Tentunya terorisme tidak muncul begitu saja, ia lahir dari pemikiran radikalisme dan anarkisme. Permasalahan yang kemudian muncul adalah adanya upaya penyebarluasan paham radikalisme kepada masyarakat yang berujung pada aktivitas perekrutan anggota teroris atas nama agama. Aktivitas tersebut tentu sangat merisaukan karena mereka menjadikan masyarakat sebagai target perekrutan, khususnya para pemuda yang secara emosional labil dan mudah dipengaruhi.

Fethullah Gülen, seorang sarjana Islam terkemuka dari Turki, mengatakan bahwa seorang "muslim yang benar", yang benar-benar mengerti Islam dari segala aspek, tidak akan mungkin menjadi teroris. Pendapatnya ini kemudian didukung oleh Karen Armstrong, Prof. Ahmet Akgunduz, Harun Yahya, dan Tahir- ul-Qadri (Ruth *et al.*, 2010:22). Selanjutnya Huston Smith, seorang penulis terkemuka tentang Perbandingan Agama (*Comparative Religion*) juga menyebutkan bahwa golongan ekstrimis telah membajak Islam, sebagaimana telah berlangsung secara berkala pada agama Kristen, Hindu

dan agama-agama lain sepanjang sejarah dan ia menambahkan bahwa masalah utamanya adalah karena para ekstrimis, tidak tahu-menahu tentang keyakinan mereka sendiri (Ruth *et al.*, 2010: 22).

Di Indonesia, kasus perekrutan anggota teroris menjadi mencuat pasca bom Bali bahkan mata rantainya terjadi hingga saat ini ketika kontroversial *Islamic State of Iraq and Suriah* (ISIS) menjadi fenomena radikalisme yang sama sekali berbeda dengan organisasi ekstrimis sebelumnya. Pernyataan Santoso (alias Abu Musab al-Zarqawi al-Indonesi), Mujahidin Indonesia yang mendeklarasikan loyalitasnya pada al-Baghdadi pemimpin ISIS cukup mengejutkan dan sebenarnya juga memprihatinkan (Lombardi, 2015: 98). Pernyataan tersebut tentu meresahkan dan memunculkan kekhawatiran akan terpengaruhnya masyarakat untuk bergabung dan mendukung gerakan radikal. Terbukti dengan pemberitaan tentang warga negara Indonesia yang telah memasuki wilayah Irak dan bergabung dengan ISIS. Beberapa daerah di Indonesia bahkan mendapat label merah terindikasi peningkatan radikalisme dan anarkisme, salah satunya adalah kabupaten Sukoharjo. Seperti yang dikemukakan oleh Komandan Kodim 0726 Sukoharjo, Letkol Inf. Riyanto yang dilansir dari web resmi pemerintah kabupaten Sukoharjo bahwa pihaknya cukup prihatin dengan maraknya gejala aksi anarkisme dan radikalisme di masyarakat akhir-akhir ini. Oleh karena itu, ia menghimbau agar masyarakat mengantisipasi munculnya radikalisme sejak dini dengan cara melakukan komunikasi aktif dengan seluruh masyarakat, TNI, Polri maupun pemerintah (<http://sukoharjokab.go.id/2015/03/09/waspada-gerakanradikalisme/>, diakses 6 April 2015).

Indikasi adanya pengaruh radikalisme di kabupaten Sukoharjo juga ditandai dengan ditemukannya graffiti

ISIS di kawasan Desa Cemani, Kecamatan Grogol, Sukoharjo (<http://www.solopos.com/2015/03/27/wni-ga-bung-isisantisipasi-isis-warga-solo-diwasi-sampai-tingkat-rt-588921>). Selain itu ada dugaan keterlibatan 5 warga Sukoharjo yang bergabung dengan ISIS setelah ada pertemuan di salah satu masjid di wilayah Solo Baru (<http://www.solopos.com/2014/08/07/isis-di-solo-5-warga-sukoharjo-diduga-terlibat-isis-524438>). Kondisi ini diantisipasi oleh pemerintah dengan melakukan himbauan kepada warga agar melakukan pelaporan terhadap seluruh kegiatan yang mencurigakan di lingkungannya serta melakukan penyuluhan kepada warga tentang bahaya radikalisme.

Pemilihan lokasi pengabdian di Kecamatan Gatak, tepatnya Dusun Dimoro, Desa Klaseman, Kabupaten Sukoharjo dikarenakan beberapa faktor, *pertama*, Kecamatan Gatak adalah daerah peyangga di bagian barat kota Solo dan karena wilayahnya yang merupakan perbatasan desa-kota menyebabkan perubahan sosial di daerah tersebut sangat dinamis. Seperti daerah urban pada umumnya, kondisi masyarakat di kecamatan Gatak di satu sisi adalah masyarakat tradisional agraris, sementara di sisi lain arus modernisasi dan globalisasi perlahan mempengaruhi penduduknya. Hal ini sejalan dengan mayoritas pemudanya yang melanjutkan studi keluar dari daerah mereka. Tentu saja mobilisasi tersebut juga memberikan kontribusi informasi, pengetahuan, dan keilmuan baru yang mereka bawa dari luar daerah. Kekhawatiran mungkin saja terjadi ketika mereka membawa pemahaman radikalisme dari luar dan kemudian berefek domino pada masyarakat sekitar di daerah asal. Kekhawatiran yang lain adalah warga baru yang menetap sebagai penduduk sementara, yang membawa pemahaman radikalisme agama lalu

berniat menyebarkanluaskannya. Dengan demikian satu-satunya langkah efektif dan preventif bahaya radikalisme adalah memutus mata rantai radikalisme oleh masyarakat itu sendiri, sebab ketika suatu paham apapun tidak mendapatkan dukungan dari masyarakat, maka jelas paham tersebut tidak akan berkembang.

Kedua, pelaksanaan sosialisasi dan inisiasi komunitas "Warga Siaga" bahaya radikalisme di Dusun Dimoro dikarenakan masih minimnya pengetahuan warga tentang bahaya radikalisme agama di wilayah tersebut. Di samping itu sosialisasi ini dilakukan guna memberikan pengarahan, pembimbingan agar terhindar dari pengaruh paham-paham ekstrim, khususnya pada generasi muda. Hal ini sangat beralasan sebab tidak semua orang tua mau mendiskusikan isu ini dengan anak-anak mereka, dikarenakan kurangnya literasi dan wawasan yang belum cukup memadai. Sebaliknya, orang tua juga dapat melakukan upaya preventif pada anak-anak mereka agar terhindar dari bahaya radikalisme.

Bagaimanapun langkah antisipasi radikalisme bagi masyarakat bukan hanya peran aparat dan pemerintah tetapi adalah peran seluruh komponen masyarakat sebagai upaya menjaga lingkungan, meskipun dalam lingkup yang terkecil. Sebagai tindakan nyata, maka tema berkenaan dengan preventif penyebaran radikalisme menjadi topik yang urgen sekaligus krusial sebagai bentuk tanggung jawab moral akademisi dan membantu memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang bahaya radikalisme, khususnya di Dusun Dimoro, Desa Klaseman, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo. Paham radikalisme yang dimaksud dalam hal ini adalah fanatisme yang didasari oleh pemikiran sempit dan membenaran tindakan ekstrim yang mengatasnamakan dan memanfaatkan simbol-simbol keagamaan, khususnya Islam.

Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang diangkat penulis adalah :

“Bagaimana etika komunikasi antarbudaya dalam upaya sosialisasi yang efektif dan bermanfaat bagi inisiasi komunitas “Warga Siaga” di Dusun Dimoro Desa Klaseman, Gatak, Sukoharjo mengenai isu bahaya radikalisme ?”

Sajian dan Analisis Data

Dalam Jurnal *Public Choice* dengan tulisan berjudul *What Causes Terrorism?* yang tulis oleh Tim Krieger dan Daniel Meierrieks mengkritisi sebab-sebab terorisme dan mencoba menemukan akar dari mengapa terjadi terorisme dalam penelitiannya, Krieger dan Meierrieks mengemukakan bahwa penyebab terorisme adalah populasi yang tinggi, negara yang tidak demokratis dan tidak stabil, sedangkan negara yang menjadi target berkembangnya terorisme adalah negara dengan populasi tinggi, perekonomian yang maju, politik yang terbuka tetapi negara yang tidak stabil (2011: 27). Dengan kata lain, negara yang tidak stabil dengan apapun korelasinya akan tetap menjadi target bagi terorisme. Kondisi negara yang demikian mendekati dengan gambaran Indonesia di mana transisi dari negara yang otoriter menuju demokratis pada umumnya belumlah relative stabil, sehingga sangat rentan dengan terorisme yang bermula dari penyebarluasan paham radikalisme.

Selanjutnya berdasarkan penelitian Totok Sarsito, Leni Winarni, dan Firdastin Ruthnia Yudiningrum (2014: 18) yang berjudul *Mencegah Berkembangnya Ideologi Radikal di Kalangan Mahasiswa UNS*, mengemukakan fakta bahwa sebagian besar mahasiswa pernah melakukan diskusi mengenai radikalisme dan mayoritas informasi mengenai paham radikalisme mereka dapatkan secara acak, terutama

dari media, kolega, buku atau jurnal. Sehingga tidak mengherankan apabila data statistik hasil survei dari penelitian tersebut mengemukakan bahwa sebesar 21 persen mahasiswa memprespektifkan bahwa radikalisme lebih terafiliasi dengan agama. Meskipun sebenarnya radikalisme memiliki artian yang luas tidak hanya sebatas agama, radikalisme dapat berupa politik maupun representatif dari budaya. Bahkan dari hasil penelitian tersebut 13 persen responden menyatakan bahwa radikalisme bukanlah hal yang berbahaya, namun bagaimanapun penyebaran radikalisme tidak dapat dibiarkan begitu saja.

Referensi lainnya yang menjadi acuan adalah hasil penelitian yang dipublikasikan oleh Susilo Surahman dan Retno Pangastuti dalam Jurnal Ilmiah Agama dan Humaniora mengenai kekerasan dan hubungannya dengan radikalisme (2015: 55-74). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa fenomena radikalisme keagamaan sesungguhnya senantiasa muncul dalam agama-agama dan sering dikaitkan dengan fundamentalisme sebagai pertanda kembalinya masyarakat pada pemahaman dasar keagamaan. Sayangnya fundamentalisme agama seringkali diartikan sebagai awal kebangkitan radikalisme agama. Peneliiian ini menyimpulkan bahwa tidak semua penduduk Islam di Indonesia memiliki pemahaman yang sama dan ingin bergabung dalam gerakan radikal. Selain itu dinyatakan bahwa hanya orang-orang tertentu dan yang sedikit pengetahuan agamanya yang mau ikut tergabung dalam gerakan radikal ini (2015: 17).

Kedua penelitian diatas memberikan deskripsi mengenai radikalisme agama dengan perspektif yang berbeda. Tetapi keduanya sama-sama memberikan asumsi bahwa tidak semua orang memiliki tingkat

pemahaman baik itu mengenai radikalisme maupun keyakinan agama mereka. Selain itu pada penelitian Surahman dan Pangastuti (2015) mengungkapkan bahwa hanya orang yang sedikit pengetahuan mengenai agama yang paling rentan terhadap ikut bergabungnya mereka dalam kelompok radikal. Tetapi dimungkinkan juga pihak yang memiliki pengetahuan agama yang baik tapi kurang pemahamannya dapat terpengaruh dengan radikalisme dikarenakan fanatisme, alasan ideologi, kemanusiaan ataupun sosial. Misalnya saja radikalisme agama sebagai bentuk protes sosial kepada pemerintah yang otoriter seperti kasus gerakan radikal di beberapa negara Islam.

Selain ketiga penelitian di atas, telah banyak penelitian mengenai radikalisme atas nama agama yang dimuat dalam artikel, jurnal, ataupun buku. Isu-isu yang diangkat dalam tulisan tersebut pada umumnya mengemukakan sebab-sebab radikalisme, dampak penyebaran radikalisme, serta perkembangan radikalisme itu sendiri. Selain itu tidak sedikit pula kajian teoritis mengenai isu radikalisme yang dibahas dalam berbagai riset. Tetapi hasil penelitian tidak akan efektif tanpa ditunjang tindakan nyata, salah satunya dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui program sosialisasi dan inisiasi komunitas "Warga Siaga" Bahaya Radikalisme ini sebagai upaya preventif radikalisme, yang secara tidak langsung ikut membantu upaya pemerintah mengurangi penyebaran radikalisme atas nama agama yang ekstrim belakangan ini.

Sebelum melakukan serangkaian kegiatan bersama masyarakat, kami melakukan pemetaan dan survei lapangan guna memastikan lokasi pelaksanaan sosialisasi. Selanjutnya kami menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada para

pemuda di Dusun Dimoro. Para pemuda diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan terkait dengan pemahaman mereka tentang radikalisme, seperti apakah mereka memiliki kolega yang terkait gerakan radikal atau pernah-tidaknya mereka terlibat dengan diskusi tentang radikalisme hingga apakah orang tua terlibat dalam organisasi keagamaan dan semacamnya. Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner, kemudian kami memproses dan menganalisis data tersebut.

Kegiatan sosialisasi tahap I tentang bahaya radikalisme ini memang ditujukan kepada para pemuda di Dusun Dimoro. Pada tahapan ini, kami memberikan pengarahan, diskusi dan tanya-jawab seputar isu radikalisme sebab mereka cenderung rentan dan menjadi target perekrutan gerakan radikal. Para pemuda di Dusun Dimoro sangat menyambut baik dengan kegiatan sosialisasi ini.

Pasca kegiatan sosialisasi tahap I, kami kembali memberikan kuesioner

kepada para peserta yang hadir. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah para pemuda di Dusun Dimoro dapat menerima apa yang kami sampaikan dan menjadi lebih mengerti tentang bahaya radikalisme. Pada pelaksanaan kegiatan ini, kami memang menyesuaikan dengan minat para remaja pada umumnya dengan melakukan pemutaran film bertajuk radikalisme. Selanjutnya, kami merancang pelaksanaan sosialisasi tahap 2, yang ditujukan bagi para orang tua di Dusun Dimoro, pada minggu kedua di bulan September 2015.

Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan program sosialisasi dan inisiasi komunitas "Warga Siaga" Bahaya Radikalisme di dusun Dimoro ini adalah sebagai berikut :

1. Langkah 1: Warga diberikan materi mengenai isu radikalisme agama

dan bagaimana perkembangannya di Indonesia, serta informasi yang terkait dengan isu tersebut. Serta perbedaan antara agama dan radikalisme agama.

2. Langkah 2: Warga diberikan kesempatan untuk mendiskusikan materi yang telah
3. diberikan. Selain itu diadakan pula tanya-jawab agar peserta memperoleh informasi sejelas-jelasnya mengenai bahaya radikalisme dan bagaimana upaya preventif yang sebaiknya dilakukan.
4. Langkah 3: Peserta diberikan pengarahan dan pembimbingan bila menemukan aktivitas radikal di sekitar lingkungan mereka.
5. Langkah 4: Setelah warga masyarakat mendapatkan informasi yang memadai mengenai bahaya radikalisme diharapkan terbentuk komunitas "warga siaga radikalisme dan warga dapat menyebarluaskan informasi pada warga di lingkungan yang lain.

Secara garis besar, penduduk di Dusun Dimoro berprofesi sebagian besar sebagai petani. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih luasnya areal persawahan di sekitar Dusun Dimoro. Sebagian lain adalah PNS dan sektor swasta. Sedangkan para pemuda, beberapa melanjutkan studi mereka di Kota Surakarta, karena pendidikan tinggi belum ada di wilayah kecamatan tersebut. Fasilitas dan prasarana umum sudah memadai sebagai ciri khas daerah urban. Mereka mengadopsi modernisasi, tetapi di sisi lain masih mempertahankan nilai-nilai luhur budaya lokal.

Hubungan antara budaya dan komunikasi bersifat timbal-balik. Keduanya saling mempengaruhi. Apa yang kita bicarakan, bagaimana kita membicarakannya, apa yang kita lihat, perhatikan, atau abaikan, bagaimana

kita berpikir, dan apa yang kita pikirkan, semuanya dipengaruhi oleh budaya. Jadi perbedaan budaya sangat berpengaruh terhadap proses komunikasi (Mulyana dan Rakhmat, 1993: 21).

Agar tercipta komunikasi antarbudaya yang berhasil, kita harus menyadari faktor-faktor budaya yang mempengaruhi komunikasi, baik dari budaya kita maupun dari budaya pihak lain. Kita tidak hanya perlu memahami perbedaan-perbedaan budaya, tetapi juga persamaan-persamaannya. Tidak ada standar etika komunikasi antarbudaya yang baku. K.S. Sitaram dan Roy Cogdell (Johannesen, 1996: 231) menyajikan standar etika komunikasi antarbudaya sebagai berikut :

1. Memperlakukan budaya khalayak dengan penghormatan yang sama diberikan terhadap budaya sendiri.
2. Memahami landasan budaya dan nilai-nilai orang lain.
3. Tidak pernah menganggap lebih tinggi standar etika yang diyakininya dibandingkan dengan etika orang lain.
4. Berusaha keras memahami kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan orang lain.
5. Menghargai cara berpakaian orang-orang dari budaya lain.
6. Tidak memandang rendah orang lain karena ia berbicara dengan aksen yang berbeda.
7. Tidak menciptakan suasana untuk menebalkan stereotip tentang orang lain.
8. Tidak memaksakan nilai yang diyakininya kepada orang lain yang berbeda budaya.
9. Berhati-hati dengan simbol nonverbal yang digunakan pada budaya lain.
10. Tidak berbicara dengan bahasa yang sama dengan orang dari budaya yang sama di hadapan orang yang tidak mengerti bahasa tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan, ada beberapa poin berkaitan dengan deskripsi umum para pemuda di Dusun Dimoro berkaitan dengan tema yang kami angkat. Pertama, tingkat pemahaman para pemuda di Dusun Dimoro terhadap radikalisme relatif pada hal-hal yang populer, terutama mereka yang belum mengenyam pendidikan tinggi. Mereka mengenal gerakan-gerakan radikal Islam seperti ISIS atau Al-Qaeda, tetapi di satu sisi mereka mempersepsikan organisasi keagamaan atau aliran agama dalam Islam sebagai bagian dari radikalisme. Sehingga secara mayoritas, pemahaman mengenai radikalisme hanya di permukaan saja. Misalnya saja menyamakan Syiah atau Ahmadiyah dengan gerakan radikal. Hal ini dapat dimengerti karena belum maksimalnya sosialisasi mengenai radikalisme terhadap pemuda di Dusun Dimoro. Sedangkan bagi pemuda yang berstatus mahasiswa pada umumnya mereka telah mendapatkan sosialisasi di kampus masing-masing oleh para dosen dan aktivis organisasi kampus.

Kedua, terdapat penyamaan persepsi antara radikalisme dan terorisme. Bahwa radikalisme dan terorisme adalah dua hal yang sama, yang melakukan tindakan kekerasan atas nama agama, seperti pengeboman orang-orang tidak berdosa dalam tragedi Bali. Tetapi radikalisme dan terorisme sesungguhnya dalam kajian teoritis adalah dua hal yang berbeda. Sebab radikalisme tidak selalu merupakan hal-hal yang negatif saja, terkadang radikalisme memuat hal-hal yang positif. Tetapi radikalisme dalam pengertian yang ekstrim, merupakan pemikiran atau paham yang mampu mempengaruhi orang lain untuk melakukan tindakan ekstrim. Sehingga memunculkan terorisme.

Ketiga, dalam sesi wawancara, diketahui bahwa mereka juga ada yang memiliki kolega, teman atau saudara yang

terlibat dalam gerakan radikal. Dan rata-rata para orang tua mereka tidak terlibat dalam organisasi Islam atau keagamaan lainnya. Dalam struktur masyarakat, tradisi fanatisme keagamaan yang ekstrim atau ketiadaan maupun minimnya tradisi akar agama yang kuat, menyebabkan radikalisme dapat berpengaruh lebih efektif dibandingkan dengan masyarakat yang secara ritual keagamaan tercukupi dengan dukungan informasi yang akurat. Dengan kata lain sisi ekstrim menimbulkan hal yang ekstrim pula. Pola ini terbukti dengan sisi religius orang tua sangat berpengaruh kepada anak-anaknya. Sehingga dapat dipastikan bahwa peran orang tua-lah yang seharusnya paling dominan dalam mencegah pengaruh radikalisme terhadap para generasi penerus bangsa.

Secara keseluruhan, berdasarkan data yang kami peroleh, maka dapat

disimpulkan bahwa para pemuda yang hadir dalam pelaksanaan sosialisasi tahap

1, telah mampu memahami etika komunikasi antarbudaya dalam berinteraksi dengan anggota komunitas "Warga Siaga" bahaya radikalisme dan mampu melakukan tindakan antisipasi secara mandiri. Dari olah data, didapatkan hasil bahwa sebagian besar peserta, yaitu 83%, sudah memahami penjelasan mengenai bahaya radikalisme yang diberikan. Sedangkan masih kurang memahami sebesar 13% dan yang tidak memahami untuk selanjutnya, sesuai dengan yang kami rencanakan, maka kami mengadakan sosialisasi tahap 2 di Dusun Dimoro, Sukoharjo. Jika pada sosialisasi tahap 1, target dari sosialisasi adalah para pemuda, maka pada sosialisasi tahap kedua kami fokuskan kepada para orang tua.

Dalam sosialisasi tahap 2 ini, kami mengundang nara sumber Drs. Shodiq Purnomo yang merupakan tokoh agama di Sukoharjo. Hal ini bertujuan agar selain ada pendekatan akademis dari kami,

pendekatan relijius juga sangat penting dalam mencegah pengaruh radikalisme di lingkungan Sukoharjo. Nara sumber memberikan wawasan sejarah seputar Islam dan menegaskan bahwa terorisme yang ada di Indonesia merupakan fitnah yang memojokkan kaum Muslim. Berkaitan dengan ISIS, beliau menjelaskan bahwa ISIS adalah kelompok yang memiliki tujuan yang menyimpang dari ajaran Islam dan bahkan sama sekali bertentangan dengan ajaran Islam. ISIS merupakan organisasi yang telah menggambarkan Islam sebagai sosok ajaran yang brutal. Jihad dalam Islam tidaklah harus dihubungkan dengan perang, tetapi juga bagaimana berjihad dengan berbuat kebaikan.

Pada sosialisasi kali ini, kami lebih banyak melakukan diskusi dan tanya-jawab dengan para orang tua tentang bagaimana melakukan pencegahan sejak dini agar anak-anak mereka tidak terpengaruh, apalagi ikut dalam kegiatan yang mengarah pada aktivitas radikal. Keterbukaan antara para orang tua dan anak mutlak diperlukan. Selain itu para orang tua juga harus memiliki wawasan yang memadai mengenai hal ini. Kami juga menekankan pentingnya komunitas warga siaga untuk mencegah berkembangnya aktivitas radikal yang membahayakan, sehingga dimungkinkan dibentuknya komunitas warga mandiri yang dibekali dengan wawasan yang cukup untuk mengantisipasi radikalisme. Komunitas semacam ini perlu digalakkan, karena dengan informasi yang diperoleh, diharapkan warga dapat menjadi penggerak bagi komunitas lainnya di lingkungan sekitar. Secara garis besar, warga di Dusun Dimoro yang hadir dalam kegiatan sosialisasi bahaya radikalisme tahap 2 dapat memahami apa yang kami sampaikan dan telah mampu mengaplikasikan etika komunikasi antarbudaya dengan baik.

Penutup

Pemahaman mengenai bahaya radikalisme melalui pendekatan agama, khususnya Islam, terbukti sangat efektif bagi sebagian besar warga masyarakat dusun Dimoro. Mereka tidak hanya mengetahui bagaimana sejarah Islam yang berkaitan dengan radikalisme, tetapi juga dampak dari radikalisme itu sendiri yang berefek pada kerugian kaum Muslim. Program inisiasi komunitas "Warga Siaga" bahaya radikalisme di Dusun Dimoro telah berhasil mencegah paham radikalisme dan anarkistis di kalangan anak muda hingga orang dewasa, dengan mengandalkan kekuatan keluarga, yaitu terjaganya hubungan baik antara para orang tua dengan anak, mengingat para pemuda seringkali menjadi sasaran rekrutmen anggota organisasi radikal. Dalam sosialisasi ini, menekankan pentingnya memiliki wawasan mengenai bahaya radikalisme sehingga mampu melakukan pencegahan lebih awal. Tidak hanya pada diri sendiri, tetapi juga saling bertukar informasi dengan keluarga dan warga di lingkungannya.

Pada dasarnya, masyarakat di Dusun Dimoro Desa Klaseman, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo ini menyambut baik kegiatan sosialisasi dan inisiasi komunitas "Warga Siaga" terhadap bahaya radikalisme ini. Karena selain bertujuan untuk memberikan pengarahan, berbagi pengetahuan dan wawasan tentang bahaya radikalisme, kegiatan ini juga mengharapkan agar penerapan etika komunikasi antarbudaya dalam komunitas "Warga Siaga" di dusun Dimoro ini dapat terus dijaga keberlangsungannya, sehingga bermanfaat dan berkontribusi langsung pada masyarakat untuk menjaga keamanan lingkungan mereka sendiri secara aktif dan mandiri sebagai langkah preventif dalam membatasi berkembangnya radikalisme

atas nama agama yang dapat mengancam keragaman dan toleransi beragama di Indonesia. Sebab, Indonesia adalah simbol dari kebinekaragaman dari perwujudan kerukunan dan toleransi agama dan budaya selama ratusan tahun.

Meskipun sempat terjadi konflik antar etnis-agama, tetapi konflik tersebut telah dapat diselesaikan dengan musyawarah tokoh masyarakat dan pemeluk agama yang bertikai. Jikalau ada konflik terjadi, itupun tidak bersifat masiv dan segera dapat diatasi agar tidak menyebar luas. Ilmu-ilmu sosial dan politik, selama ini sarat akan kajian bersifat teoritis, dan sangat minim praktek, namun patut disadari bahwa laboratorium bagi keilmuan di bidang ini adalah diversitas budaya, agama, dan perkembangan masyarakat yang senantiasa dinamis, tidak hanya dalam konteks dalam negeri, bahkan di tingkat global.

Daftar Pustaka

- Johannesen, Richard L. (1996). *Etika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Krieger, Tim and Daniel Meierrieks. (2011). *What Causes Terrorism?* Public Choice 147 (1/2): 3-27.
- Lombardi, Marco. (2015). *Violent Radicalisation Concern in Euro-Mediterranean Region*. Proceedings of NATO Advance Research Workshop on Countering Violent Extremism Among Youth to Prevent Terrorism
Milan, Italy. IOS Press BV: 83-100.
- Mulyana, Dedy., dan Jalaluddin Rakhmat. (1993). *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ruth, Dyah Madya. (2010). *Memutus Mata Rantai Radikalisme*. Jakarta: Lazuardi Biru.
- Solo Pos. (2015). *WNI Gabung Isis, Antisipasi ISIS, Warga Solo Diawasi Sampai Tingkat RT*. <http://www.solopos.com/2015/03/27/wni-gabung-isis-antisipasi-isis-warga-solo-diawasi-sampai-tingkat-rt-588921>. 6 April 2015.
- Solo Pos. *5 Warga Sukoharjo Diduga Terlibat ISIS*. <http://www.solopos.com/2014/08/07/isis-di-solo-5-warga-sukoharjo-diduga-terlibat-isis-524438>. 6 April 2015.
- Surahman, Susilo dan Retno Pangastuti. 2015. *Kekerasan dengan Praktik Integrasinya dalam Perspektif Radikalisme Agama*. Jurnal Penelitian Agama dan Humaniora 3(2): 55-74.
- Waspada Gerakan Radikalisme. (2015). <http://sukoharjokab.go.id/2015/03/09/was-pada-gerakan-radikalisme/>. 6 April 2015.
- Winarni, Leni, Totok Sarsito, dan Firdastin Ruthnia Yudiningrum. (2014). *Mencegah Berkembangnya Ideologi Radikal di Kalangan Mahasiswa UNS*. Hasil Penelitian LPPM UNS. Surakarta.

dukungan dan kedudukan yang baik di tengah-tengah masyarakat. Komunikasi yang digunakan antara organisasi dan publik adalah *two-ways assymetrical model* atau hubungan dua arah asimetris, artinya terdapat *feedback* dari publik kepada organisasi tetapi umpan balik tersebut hanya menguntungkan organisasi. Lebih lanjut hubungan ini kemudian berkembang menjadi hubungan dua arah yang simetris (*two-ways symetrical model*), yaitu hubungan baik yang terjalin antara organisasi dan publik yang masing-masing memberikan umpan balik sebagai keuntungan bersama.

Membangun hubungan antara organisasi dengan publiknya dilakukan melalui cara berkomunikasi secara intensif dan efektif dengan publik atau kelompok yang mempengaruhi keberadaan organisasi. Berkomunikasi dengan publik merupakan komponen lainnya dalam praktek kehumasan suatu organisasi. Humas (hubungan masyarakat) adalah salah satu bagian inti dalam suatu organisasi. Dengan adanya humas maka organisasi tersebut dapat dikembangkan dengan baik, lebih terorganisir, dan ada upaya untuk peningkatan citra sesuai dengan tujuan humas (untuk membangun/mengembangkan citra/ image suatu organisasi), dan juga menjadi penghubung eksternal ataupun internal dalam organisasi itu sendiri.

Seorang humas (*public relation*) dalam berkontribusi pada rencana jangka pendek atau jangka panjang (rencana strategis) perusahaan/ organisasi maka akan melakukan beberapa langkah, salah satunya adalah dengan melakukan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*). Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis dalam manajemen perusahaan di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai

tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan kata lain SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif (memberi suatu gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan juga kondisi sebagai faktor masukan, kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

Berikut ini adalah analisis SWOT beserta dengan perencanaan program public relation dari perusahaan Nestlé:

Perumusan Masalah

.....

Kajian Pustaka

a. Sejarah Nestle

Nestlé Indonesia adalah anak perusahaan Nestlé S.A., yang berpusat di Vevey, Swiss, dan telah beroperasi selama hampir 150 tahun sebagai perusahaan gizi, kesehatan dan keafiatan terkemuka di dunia, Nestlé mulai beroperasi di Indonesia tahun 1971. Nestlé Indonesia kini mempekerjakan lebih dari 3.300 karyawan dan mengoperasikan 4 pabrik yaitu Pabrik Kejayan di Jawa Timur untuk mengolah produk susu seperti DANCOW dan BEAR BRAND, Pabrik Panjang di Lampung untuk mengolah kopi instan NESCAFÉ, Pabrik Cikupa Nestlé di Banten untuk memproduksi produk kembang gula FOX'S, POLO dan CRUNCH, serta Pabrik Karawang di Jawa Barat untuk memproduksi DANCOW, MILO dan CERELAC.

Moto Nestlé "Good Food, Good Life" menggambarkan komitmen Nestlé untuk senantiasa memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menghasilkan produk-produk yang memenuhi kebutuhan dasar manusia, yaitu makanan dan minuman yang berkualitas, bergizi, aman untuk dikonsumsi, serta lezat rasanya.

Misi dari Nestlé adalah “Nestlé berusaha untuk menjadi pemimpin dalam gizi, kesehatan dan kesejahteraan, dengan keyakinan bahwa makanan yang baik adalah pusat kesehatan dan kesejahteraan.”

Sedangkan Visi dari Nestlé yaitu “Pada Nestlé, kami percaya bahwa penelitian dapat membantu kita membuat makanan dengan baik sehingga orang menjalani kehidupan yang lebih baik.’

b.

c.

Sajian dan Analisis Data

a. Analisis SWOT

1. *Strength* (Kekuatan)

Analisis kekuatan, situasi maupun kondisi yang merupakan kekuatan dari perusahaan Nestlé,

antara lain:

- a. Nestlé merupakan perusahaan pelopor produsen susu formula di dunia.
- b. Nestlé merupakan produsen susu formula terbesar di dunia.
- c. Nestlé adalah perusahaan yang selalu ingin berupaya mengembangkan diri.
- d. Nestlé memiliki produk-produk yang terpercaya baik nasional maupun internasional.
- e. Kuatnya tim pemasaran untuk program mampu menjaga mutu sampai ke pelosok desa.
- f. Nestlé memiliki jaringan R&D terluas di kalangan perusahaan makanan.
- g. Nestlé berkomitmen untuk menganut prinsip bisnis di semua negara, disesuaikan dengan undang-undang lokal, praktek-praktek budaya dan agama.
- h. Nestlé Indonesia merupakan badan usaha Perseroan Terbatas (PT) yaitu suatu bentuk usaha dimana dalam

menjalankan usahanya dengan jalan permodalan usahanya terbagi atas saham-saham. Anggotanya memiliki hak suara penuh dalam rapat anggota, sehingga pemegang saham atau anggota turut menentukan jalannya perusahaan tersebut.

- i. Nestlé menerapkan strategi manajemen kontrol sistem yang terdesentralisasi, dengan mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan di masing-masing unit bisnis.

2. *Weakness* (Kelemahan).

Analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari perusahaan Nestlé, adalah:

- a. Harga relatif mahal.
- b. Tidak bisa memaksakan mengkonsumsi produk-produk Nestlé pada masyarakat golongan bawah.
- c. Terlalu banyak divisi yang mengurus perusahaan dan menimbulkan kesan tidak efisien.
- d. Strategi promosi melalui kampanye yang ditempuh oleh Nestlé mengabaikan etika promosi, dan ini bertentangan dengan penelitian kesehatan tentang keunggulan ASI dibandingkan dengan susu formula.

3. *Opportunity* (Peluang)

Analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi di masa depan, yaitu:

- a. Nestlé dapat memanfaatkan nama besar sebagai perusahaan pelopor pembuat susu formula dan merupakan perusahaan terbesar di dunia. Kepercayaan masyarakat terhadap keunggulan atau mutu produknya harus senantiasa dipertahankan, sehingga animo

masyarakat mengenai produk Nestlé adalah “sebagai susu unggulan kedua untuk bayi setelah ASI”.

- b. Satu kesempatan yang dimiliki Nestlé adalah bahwa produk berbasis kesehatan menjadi makin populer di dunia. Konsumen menjadi lebih sadar akan kesehatan dan menyadari hidup dengan umur yang panjang tidak hanya diperoleh dari keberuntungan dan genetika, melainkan juga harus dengan gaya hidup sehat.
- c. Menyediakan makanan yang bebas dari bahan alergen, seperti bebas gluten dan bebas kacang.
- d. Membuka Nestlé Cafe di kota-kota besar untuk menyediakan produk Nestlé secara khusus dan menjangkau seluruh pasar.
- e. Nestlé memiliki komitmen yang akan mengembangkan kualitas seluruh produk yang dihasilkan sesuai dengan selera konsumen, dan menciptakan kesan *brand minded* konsumen.
- f. Minded konsumen yang baik akan kualitas Nestlé terhadap semua produk dan *brand*-nya sehingga tercipta slogan “have a break have a Nestlé”.

4. *Threath* (Ancaman).

Analisis ancaman adalah menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan/ organisasi, untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dan dapat menyebabkan kemunduran. Ancaman/ tantangan yang dihadapi Nestlé antara lain:

- a. Menaikkan omset menjadi tidak mudah karena terdapat *mind set* bahwa kualitas bagus pasti harganya mahal.
- b. Akan kalah dari perusahaan lain yang lebih menonjolkan harga yang murah

tetapi kualitas tidak begitu buruk, meskipun dengan tidak membawa *brand*.

- c. Usaha kompetitor untuk menyamakan *brand* membuat konsumen terpengaruh dan menjadikan kompetisi menjadi tidak sehat.
- d. Terdapat kontaminasi terhadap pasokan untuk bahan makanan dari produk Nestlé (merk adonan kue) khususnya bakteri *e-coli*.
- e. Harga bahan coklat mentah melonjak dan biaya susu murni naik 50%.
- f. Adanya isu bahwa di salah satu olahan produk Nestlé berbahan daging sapi mengandung campuran daging kuda.

b. Permasalahan

Melalui analisis SWOT di atas maka ada beberapa hal yang menjadi kendala dalam perkembangan usaha dari Nestlé, yaitu:

1. Kendala internal:

- a. Adanya isu bahwa di salah satu olahan produk daging Nestlé terdapat kandungan daging kudanya.
- b. Terdapat kontaminasi bakteri *e-coli* pada bahan pasokan Nestlé (merk adonan kue).
- c. Strategi kampanye iklan Nestlé mengabaikan etika promosi dan bertentangan dengan hasil penelitian kesehatan mengenai keunggulan ASI dibanding susu formula.

2. Kendala eksternal:

- a. Akan kalah dengan perusahaan lain yang menjual produk lebih murah dengan kualitas yang tidak buruk dan tidak membawa *brand*.
- b. Usaha kompetitor untuk menyamakan *brand* akan membuat konsumen terpengaruh dan menjadi kompetisi yang tidak sehat.
- c. Masyarakat bawah tidak bisa dipakasa

untuk mengkonsumsi produk Nestlé yang harganya mahal.

c. Dampak

Kendala internal dan kendala eksternal tersebut tentunya akan berdampak pada Nestlé, yang antara lain:

- a. Penurunan cita perusahaan.
- b. Kurangnya pengawasan.
- c. Hasil penjualan Nestlé menurun.
- d. Konsumen Nestlé hanya kalangan menengah ke atas padahal target Nestlé adalah semua kalangan.
- e. Banyaknya produk tiruan seperti produk Nestlé.

d. Aksi

Dari hasil Analisis SWOT tahunan team *Public Relation* (PR) Nestlé Indonesia untuk meningkatkan *Weakness* (kelemahan) dan *Threat* (ancaman) yang sekiranya akan memperbaiki maupun menambahkan citra, pelayanan Nestlé Indonesia kepada masyarakat di Indonesia serta menambah *Strength* (Kekuatan) dan *Opportunity* (Peluang) untuk menjadi lebih baik lagi kami *Public Relation* (PR) Nestlé Indonesia kami meluncurkan Program bertemakan "*Healthy Live, Favor Life*" (Hidup Sehat, Hidup Nikmat). Dengan tema "*Healthy Live, Favor Life*" Nestlé percaya dengan produk-produk unggulan Nestlé yang sudah diteliti dan dikembangkan oleh para ilmuwan profesional Nestlé baik itu dari dalam maupun luar negeri akan menghasilkan produk inovasi pangan yang aman dan sehat untuk dikonsumsi.

Tema "*Healthy Live, Favor Life*" juga merupakan wujud konsistensi Nestlé Indonesia dan kami juga berusaha keras untuk memproduksi makanan yang aman, berkualitas tinggi, dan memberikan gizi yang optimal untuk memenuhi kebutuhan fisiologis. Selain Gizi, Kesehatan dan Pendidikan, produk Nestlé membawa

konsumen pada bahan vital rasa dan kesenangan. Sebagai konsumen diharapkan untuk terus membuat pilihan mengenai makanan dan minuman yang mereka konsumsi. Nestlé membantu memberikan pilihan untuk semua selera individu dan preferensi gaya hidup.

Penelitian adalah kunci bagian dari Nestlé dan merupakan elemen penting dari masa depan kita. Masih banyak kita temukan peran makanan yang sehat dalam hidup kita, dan kita terus mencari jawaban untuk membawa konsumen ke *Good Food for Good Life*.

Berikut adalah bentuk dari perencanaan desain poster, MMT, dan baliho dari program bertema "*Healthy Life, Favor Life*":



Gambar 1. Desain Poster, MMT dan Baliho Nestlé

Action Program

Adapun perencanaan program-program untuk jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat berdasarkan evaluasi dari SWOT, antara lain:

1. *Media Tour to Nestlé Factory.*
2. *Nestlé Family Healthy Day.*
3. *Pengenalan Produk "MILO Sereal Drink" lewat program MILO Goes to School.*
4. *Seminar Karyawan Nestlé.*
5. *Nestlé Care.*

Tujuan

Tujuan dari perencanaan program-program tersebut di atas adalah:

1. Meningkatkan citra Nestlé.
2. Meningkatkan kualitas produk.
3. Mengembalikan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan Nestlé.
4. Meningkatkan penjualan produk.
5. Membuktikan keunggulan Nestlé.
6. Menciptakan inovasi melebihi produk lain.
7. Menciptakan hubungan baik kepada pers.
8. Meningkatkan keahlian pegawai.

Lebih lanjut program-program tersebut di atas akan dijelaskan seperti di bawah ini:

1. Media Tour to Nestlé Factory



Gambar 2. Media Tour to Nestle Factory

- a. Bentuk Kegiatan: Kunjungan ke pabrik Nestlé yang berada di Indonesia.
- b. Tujuan pelaksanaan Media Tour to Nestlé Factory:
 - ❖ Terciptanya citra baik dari media setelah melihat proses produksi dari produk-produk Nestlé yang diawasi secara ketat dalam tiap tahapannya. Untuk menjamin kualitas produknya nestlé memiliki bagian riset produksi yang berisi ahli-ahli nutrisi.
 - ❖ Diharapkan dengan tour tersebut

maka hasil dari kunjungan akan di publish ke media massa dan nestlé akan memberikan press release untuk memandu wartawan dalam memberikan berita kepada masyarakat.

- ❖ Dalam sesi tanya jawab, Nestlé akan mengklarifikasi isu bakteri e-coli pada produk dan isu kandungan daging kuda pada produknya.
- c. Target audience: wartawan dan masyarakat.
 - d. Bahan dan evaluasi kegiatan: penyebaran angket kepada para wartawan yang hadir dan meminta tanggapan mengenai kegiatan media tour dan situasi di pabrik Nestlé.

2. Nestlé Family Healthy Day



Gambar 3. Nestlé Family Healthy Day

- a. Bentuk Kegiatan: Sepeda santai dengan peserta anggota keluarga dari masyarakat yang menjadi khalayak sasaran.
- b. Tujuan pelaksanaan *Nestlé Family Healthy Day*:
 - ❖ Memberikan suatu gerakan bagi kesehatan keluarga di Indonesia.
 - ❖ Dengan dibukanya stand-stand produk Nestlé diharapkan dapat menambah penjualan.

- ❖ Menyediakan susu gratis untuk para peserta sebagai wujud kepedulian Nestlé terhadap kesehatan.
 - ❖ Membuka *Healthy Corner* sebagai sarana konsultasi kesehatan keluarga dengan mengkonsumsi produk-produk Nestlé.
- c. Target audience: masyarakat pada umumnya.
- d. Bahan evaluasi kegiatan: menganalisa dari hasil msasyarakat berkonsultasi di Helathy Corner.
- 3. MILO Goes to School (Pengenalan Produk “MILO Sereal Drink”)**



Gambar 4. MILO Goes to School

- a. Bentuk kegiatan: Team MILO “Breakfast Movement” mengunjungi sekolah-sekolah yang tersebar di 100 kota di Indonesia, untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya srapan pagi.
- b. Tujuan pelaksanaan program MILO Goes to School (Pengenalan produk “MILO Sereal Drink”):
- ❖ Sosialisasi produk sekaligus edukasi mengenai pentingnya sarapan pagi pada para siswa sebelum melakukan aktivitas.
 - ❖ Dengan dibagikannya sarapan yang berupa produk baru dari Nestlé diharapkan bisa menjadi kebiasaan

baru yang baik bagi para siswa dan mengurangi angka kekurangan gizi pada anak-anak di Indonesia, serta membangun kesadaran orang tua untuk menyediakan sarapan pagi bagi putra-putri mereka.

- ❖ Mempromosikan produk baru MILO sebagai pelengkap gizi sarapan anak karena mengandung serat, kalsium, dan gizi yang seimbang untuk mendukung tumbuh kembang anak. Hal ini tentunya akan meningkatkan penjualan produk sehingga bisa menguntungkan perusahaan.
 - ❖ Pemberitaan tentang kegiatan ini oleh media sehingga dapat menumbuhkan citra dan kepercayaan masyarakat/ publik pada Nestlé.
- c. Target audience: anak/ siswa, orang tua/ wali murid, guru, dan wartawan.
- d. Bahan evaluasi kegiatan: penyebaran angket kepada para orang tua murid untuk memberikan penilaian terhadap keefektifan program dan produk Nestlé, serta saran untuk program selanjutnya.

4. Seminar Karyawan Nestlé



Gambar 5. Seminar Karyawan Nestlé

- a. Bentuk kegiatan: seminar mengenai kesehatan pangan, standarisasi mutu Nestlé sehingga dapat meningkatkan

- kebersihan dan ketelitian dalam menjaga mutu dan kebersihan produksi.
- b. Tujuan pelaksanaan seminar karyawan Nestlé:
- ❖ Meningkatkan kualitas dan mutu produk.
 - ❖ Menambah kesadaran para karyawan dalam kebersihan dan mutu suatu produk.
 - ❖ Dengan diadakannya seminar, diharapkan para karyawan dapat bertanya hal-hal yang mereka kurang pahami tentang mutu dan kebersihan dari produk, serta dapat berbagi kendala-kendala mereka di lapangan untuk menjaga kualitas produk.
 - ❖ Mengembalikan kembali citra perusahaan yang selama ini menurun sehubungan dengan munculnya isu-isu tak sedap tentang produk-produk perusahaan.
 - ❖ Meningkatkan komunikasi dan kekompakan antara pejabat perusahaan, staff serta karyawan perusahaan.
- c. Target audience: Pejabat perusahaan, staff, dan karyawan dari Nestlé.
- d. Bahan evaluasi kegiatan: hasil sesi tanya jawab pada seminar.

5. Nestlé Care



Gambar 6. Nestlé Care

- a. Bentuk kegiatan: kunjungan dan pemberian bantuan produk-produk Nestlé untuk mengatasi gizi buruk yang terjadi di Indonesia khususnya Indonesia bagian timur.
- b. Tujuan pelaksanaan Nestlé Care:
- ❖ Untuk meningkatkan taraf kesehatan di Indonesia.
 - ❖ Sebagai wujud proses terlaksananya misi perusahaan Nestlé.
 - ❖ Memberikan pengetahuan mengenai gizi seimbang dan olahraga, sebagai upaya untuk membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi makanan bernutrisi diimbangi dengan olahraga teratur.
 - ❖ Sejalan untuk mewujudkan tema program "Healthy Live, Favor Life".
 - ❖ Mendirikan pos-pos kesehatan untuk konsultasi mengenai masalah gizi buruk.
 - ❖ Memberikan produk-produk Nestlé secara gratis untuk membantu masyarakat yang mengalami gizi buruk.
 - ❖ Memberikan penguatan kepada masyarakat yang mengalami gizi buruk melalui workshop pemanfaatan sumber daya alam sekitar sebagai penunjang makanan pengganti untuk pemenuhan gizi seimbang.
- c. Target audience: masyarakat Indonesia khususnya Indonesia bagian timur.
- d. Bahan evaluasi kegiatan: angket yang diberikan kepada masyarakat, hasil dari diskusi dengan masyarakat, serta masukan dari media-media sosial.

Penutup

.....

Daftar Pustaka

[http://www.academia.edu/5090849/
PengertiananalisisSWOT](http://www.academia.edu/5090849/PengertiananalisisSWOT)

[http://www.pengertianku.net/2015/03/
pengertian-analisis-swot-dan-
manfaatnya.html](http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-analisis-swot-dan-manfaatnya.html)

[http://www.bbc.com/indonesia/dunia/
2013/02/130219nestledagingkuda](http://www.bbc.com/indonesia/dunia/2013/02/130219nestledagingkuda)

[http://bisnis.tempo.co/read/
news/2013/02/19/090462337/
produk-nestle-di-indonesia-
terancam-ditarik](http://bisnis.tempo.co/read/news/2013/02/19/090462337/produk-nestle-di-indonesia-terancam-ditarik)

[http://www.hidayatullah.
com/berita/internasional/
read/2012/10/13/63338/para-ibu-
di-australia-komplain-susu-nestle.
html](http://www.hidayatullah.com/berita/internasional/read/2012/10/13/63338/para-ibu-di-australia-komplain-susu-nestle.html)

<https://www.nestle.co.id/ina>

Solosche Radio Vereeniging (SRV) dan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) di Indonesia

Hari Wiryawan

Universitas Sahid Surakarta

Abstract

Indonesia is a country which has large territory even its the seventh largest country in the world. Despite large territory, Indonesia is also a multi racial and multi cultural country. To build a fair and justice broadcasting services, which honour the diversity of ethnic, Indonesia need a network system of broadcasting (sistem stasiun jaringan-SSJ). This network is a tool to manage the large country by terrestrial system. The SSJ also a system to change the centralistic of national broadcasting system in the past to more decentralize in term of broadcasting.

It is also an effort to decentralize the national broadcasting not centralize in Jakarta but also give attention to the people in out side of Jakarta. The first native Indonesia broadcasting station, "Solosche Radio Vereeniging" (1933) has implemented this SSJ system. Its means that the regulation in the Indonesia Broadcasting Act 2002 on the SSJ system is in line with the Indonesia broadcasting tradition the past.

Key words: System Stasiun Jaringan (SSJ), Solo Radio Vereeniging (SRV)

Pendahuluan

Indonesia adalah salah satu negeri yang memiliki wilayah yang luas terbentang dari Barat hingga Timur sepanjang 3.977 mil dari Samudera Hindia hingga Samudera Pasik dengan total luas negara 5.193.250 km² (mencakup daratan dan lautan).¹ Untuk menggambarkan luas wilayah Nusantara biasanya dengan perbandingan peta Eropa: jika Sabang diletakkan di London, Inggris maka Merauke akan berada di Istanbul, Turki. Padanan ini akan dengan mudah menunjukkan bahwa betapa luasnya wilayah Nusantara dan negara-negara Eropa memiliki wilayah yang relatif kecil,

termasuk negara yang pernah menjajah Indonesia yaitu Belanda.

Wilayah yang luas itu menjadi lebih kompleks lagi karena terdiri dari puluhan ribu pulau yang dihuni berbagai ragam etnis, bahasa, kebudayaan agama dsb. Di katakan rumit, karena konsentrasi penduduk bisa dipastikan tidak terdapat di wilayah laut dan berbagai kebudayaan yang ada di pulau tersebut memerlukan eksplorasi dan pewadahan aspirasi.

Kondisi geografis Indonesia yang luas dan berupa kepulauan ini merupakan tantangan tersendiri bagi dunia penyiaran. Ini menjadi pekerjaan rumah bagi para ahli teknologi penyiaran. Tidak hanya tantangan akan luasnya wilayah geografis tetapi juga luasnya keragaman penduduk yang tidak kalah penting dalam penyiaran.

¹ Hal ini menempatkan Indonesia sebagai negara terluas ke-7 di dunia setelah Rusia, Kanada, Amerika Serikat, China, Brasil dan Australia

Oleh karena itu media penyiaran sejak awal telah mencoba mengatasi tantangan yang ada di Nusantara ini dengan berbagai cara, antara lain adalah meningkatkan kemampuan teknologi khususnya daya atau power pemancar sebesar-besarnya agar bisa menjangkau wilayah yang luas. Ada pula yang membuat jaringan pemancar yang bisa terhubung satu dengan yang lain sehingga membentuk suatu rantai pemancar sehingga siaran dapat diterima di tempat yang jauh.

Cara lain yang telah digunakan oleh lembaga penyiaran pada masa-masa awal perkembangan penyiaran di Indonesia adalah melalui siaran bersama atau relay yang kini dikenal dengan istilah Sistem Stasiun Jaringan (SSJ).

Perumusan Masalah

“Bagaimana deskripsi tentang *Solosche Radio Vereeniging* (SRV) dan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) di Indonesia ?”

Pembahasan

a. Apa itu SSJ?

Sistem Stasiun Jaringan atau yang dikenal dengan singkatan SSJ banyak disebut oleh kalangan penyiaran pada pembahasan Rancangan Undang-undang (RUU) Penyiaran sekitar tahun 2000-an. RUU tersebut kemudian disahkan menjadi Undang-Undang No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.

Lembaga penyiaran di Indonesia, menurut Undang-undang No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, baik radio maupun televisi, pada dasarnya hanya memiliki dua pilihan dalam teknis operasionalnya yaitu menjadi stasiun penyiaran lokal atau masuk dalam sistem stasiun penyiaran jaringan (SSJ).²

2 Ayat 1 Pasal 31 UU No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran

Stasiun penyiaran lokal adalah stasiun penyiaran yang berdiri disuatu lokasi tertentu dalam wilayah negara republik Indonesia.³ Contoh stasiun penyiaran lokal adalah stasiun radio swasta di kota-kota dan kabupaten di seluruh Indonesia.

Sedangkan pengertian sistem stasiun jaringan,⁴ atau SSJ adalah “tata kerja yang mengatur relai siaran secara tetap antar lembaga penyiaran,⁵ dimana sistem itu terdiri dari stasiun induk yang bertindak selaku koordinator dan stasiun anggota yang membentuk suatu sistem jaringan kerja.⁶

Dalam praktik penyiaran baik di Indonesia maupun di luar negeri, tentu SSJ bisa bervariasi. Namun pada prinsipnya SSJ adalah sebuah kerjasama antara dua radio atau lebih untuk melakukan siaran bersama. Siaran bersama adalah sebuah kerjasama siaran dimana satu mata acara atau lebih disiarkan lebih dari satu lembaga penyiaran/ stasiun secara bersamaan. Salah satu pihak akan bertindak sebagai induk jaringan (koordinator) yang bertanggungjawab atas output jaringan, sementara pihak lain akan bertindak sebagai anggota yang wajib memberikan materi siaran kepada induk jaringan dan bertanggungjawab terhadap materi siaran yang dikirim saja. (Lihat Diagram 1).

3 Ayat 5 Pasal 32 UU No32 tahun 2002 tentang Penyiaran

4 UU Penyiaran No 32 tahun 2002 tidak memberikan batasan yang jelas. Ia hanya merujuk bahwa hal itu akan di susun oleh KPI bersama Pemerintah. Namun mengingat adanya Keputusan Mahkamah Konstitusi tanggal 28 Juli 2004 bahwa seluruh pasal yang berbunyi “KPI bersama ...” dihapuskan” Makayang berwenang mengatur tentang batas SSJ adalah Pemerintah. Pemerintah kemudian mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) No 50 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta.

5 Angka 3 pasal 1 PP No 50 / 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta.

6 Ayat (1) Pasal 34 PP No 50/ 2005

Tetapi dalam praktiknya bisa saja kerjasama SSJ tersebut dilakukan secara “bilateral” antara dua lembaga penyiaran saja. Dalam hal ini kerjasama antara keduanya bisa dilakukan tanpa harus ada koordinator dan anggota. (Lihat Diagram 2) Kedua belah pihak bekerjasama secara setara.

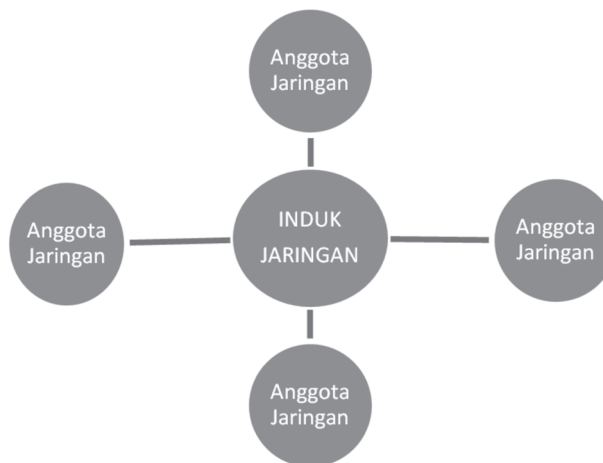
Seperti disebut diatas, kerjasama dengan SSJ adalah upaya menjangkau pendengar yang lebih banyak dengan tetap mempertahankan kualitas suara, khususnya bagi wilayah yang jangkauannya luas. Sebuah stasiun radio bisa saja meningkatkan jumlah pendengar, dan bisa menjangkau wilayah yang luas, namun kualitas suaranya biasanya akan menurun.

Sebaliknya tanpa menggunakan SSJ, secara teknis sebenarnya penambahan

pemancar *repeater* (penguat) sinyal gelombang frekuensi radio teresterial bisa menjadi solusi dari melemahnya sinyal teresterial sebuah stasiun radio akibat kendala jarak. Namun kebutuhan sebuah stasiun radio tidak hanya masalah teknis pemancar, tetapi juga jaringan kerjasama acara, jaringan pendengar dan aspek-aspek non teknis lainnya sangat dibutuhkan oleh sebuah lembaga penyiaran radio. Oleh karena itu SSJ menjadi salah satu pilihan dalam memperluas jangkauan siaran. Stasiun mitra tidak sekadar menjadi stasiun untuk memperkuat daya (*repeater*) teknis belaka, namun lebih dari itu stasiun mitra juga memiliki pendengar tersendiri, maka dari itu ia (stasiun mitra) akan juga membantu mempromosikan siaran dari stasiun mitra yang lain.

Diagram 1

Pola Dasar Sistem Stasiun Jaringan



Keterangan:

- *Induk Jaringan: adalah koordinator SSJ, bertanggungjawab atas out put SSJ.*
- *Anggota Jaringan: adalah peserta SSJ, wajib memasok materi siaran ke induk.*
- *Bertanggungjawab atas siaran yang dikirim ke induk.*

Diagram 2

Pola “Bilateral” Sistem Stasiun Jaringan



Sistem stasiun jaringan adalah model kerjasama teknis dalam dunia penyiaran yang lazim terjadi sejak awal teknologi penyiaran mulai dikenal. Beberapa stasiun radio di Amerika Serikat melakukan kerjasama SSJ sejak tahun 1920-an yang tumbuh dari stasiun radio swasta komersial. Sementara sistem SSJ di Eropa lebih banyak dikembangkan oleh jaringan penyiaran publik, seperti BBC.

Di Indonesia, meskipun SSJ baru ramai dibahas sejak tahun 2000-an sebagaimana disebut diatas, namun sebenarnya model ini telah dilakukan oleh stasiun Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI). Kedua jaringan stasiun radio dan televisi itu telah membentuk dan menjalankan mekanisme SSJ dalam siaran mereka masing-masing dimana RRI Pusat atau TVRI Pusat bertindak sebagai Induk Jaringan, sementara cabang-cabang RRI atau TVRI sebagai anggota jaringan.

Pada masa Orde Baru, anggota jaringan dalam SJJ RRI tidak hanya cabang-cabang RRI secara internal, namun juga seluruh stasiun radio swasta wajib menjadi anggota jaringan, khususnya dalam acara warata berita. Begitu juga model seperti ini berlaku untuk TVRI pada masa itu. Sekarang baik RRI dan TVRI telah "kehilangan" anggota jaringannya dari lembaga penyiaran swasta.

Di pihak lain, lembaga penyiaran swasta kini juga mengembangkan SSJ untuk kalangan mereka sendiri dengan baik karena pertimbangan bisnis maupun sekadar mengikuti ketentuan normatif peraturan perundang-undangan. (Tulisan ini tidak termasuk membahas SSJ pada masa kini, namun justru akan membahas SSJ pada masa lampau di Indonesia).

Sebelum RRI dan TVRI sebetulnya mekanisme SSJ telah dipraktikn oleh kalangan penyiaran di Indonesia sejak

zaman penjajahan Belanda. Stasiun radio Solosche Radio Vereeniging (SRV), telah menerapkan SSJ. Sebelum melanjutkan mengenai SSJ SRV terlebih dahulu akan saya singgung sejarah SRV.

b. Sejarah SRV

SRV adalah jaringan stasiun radio yang berdiri di Kota Solo pada tanggal 1 April 1933 atas prakarsa KGPAA Mangkunagoro VII. Sebelumnya Praja Mangkunegaran telah memiliki stasiun radio yang kini disebut sebagai Radio Komunitas dengan lingkup sekitar Istana Mangkunegaran dengan nama PK2MN (Perkumpulan Karawitan Kring Mangkunegaran. Namun karena stasun ini kurang dikelola dengan baik maka kemudian dibubarkan dan Mangkunegoro VII menunjuk Kepala Dinas Pekerjaan Umum Praja Mangkunegaran yaitu Raden Mas Ir Sarsito Mangkunkusumo untuk merintis stasiun radio yang lebih modern dan profesional.

Maka kemudian lahirlah SRV setelah melakukan rapat di Gedung Sosietat Sasono Suko (sekarang Monumen Pers Nasional) pada jam 7 malam hari Jumat tanggal 1 April 1933. Ir Sarsito kemudian disepakati sebagai Ketua SRV bersama 9 orang pengurus yang mendampingi. SRV memiliki struktur organisasi yang jelas, jadwal siaran yang terencana, peralatan khususnya zender (pemancar) yang memadai dan studio yang modern di Kesatalan, Solo (kini digunakan oleh RRI).

Dengan lahirnya SRV di Solo kemudian mendorong munculnya stasiun-stasiun (atau lebih tepatnya disebut "Perkumpulan") radio di beberapa kota lain di Indonesia. Perkumpulan radio bangsa Indonesia yang berdiri mengikuti jejak SRV adalah VORO (*Vereeniging voor Oostersche Radio Omroep*), Jakarta, 8 April 1934; VORL (*Vereeniging Oostersche Radio Luisteraars*), Bandung, 30 April 1934; MAVRO (*Mataramsche Vereeniging voor*

Radio Oemroep Jogjakarta, 8 Februari 1934), CIRVO (*Chinese Inhemse Radio-Luisteraars Vereeniging Oost*), 1935 dan RS (Radio Semarang, 1936). Di kota Solo juga muncul Siaran Radio Indonesia (SRI) yang dikelola oleh Keraton Kasunanan Surakarta, Oktober tahun 1934. Perkumpulan radio ini kemudian menamakan diri sebagai Radio Ketimuran, karena mereka mengumandangkan budaya bangsa-bangsa Timur. Sikap ini diambil untuk menunjukkan bahwa perkumpulan radio ini berbeda dengan perkumpulan radio sebelumnya yang sudah lebih dahulu berdiri yang dimiliki oleh swasta Belanda dimana perkumpulan radio Belanda itu menyiarkan lagu-lagu Barat, bukan lagu-lagu Timur seperti yang dilakukan oleh *Bataviasche Radio Vereening (BRV)* di Jakarta, yang berdiri sejak tahun 1925. Satu tahun setelah berdirinya SRV, pemerintah Hindia Belanda mendirikan perkumpulan radio raksasa yang memiliki jaringan pemancar sangat luas dan daya ribuan watt yang bernama *Netherlands Indische Radio Oemroep Maschapaj (NIROM)*, 1 April 1934. Melihat perkembangan Radio Ketimuran yang pesat itu NIROM kemudian mengikuti jejak penyiaran Pribumi dengan mendirikan NIROM Ketimuran.

c. SRV dan SSJ

Model sistem stasiun jaringan (SSJ) yang dikenal pada masa sekarang oleh lembaga penyiaran modern telah dilakukan SRV dan Radio Ketimuran lainnya. Model SSJ ini dilakukan secara bervariasi yaitu: SSJ yang berkerjasama antar Radio Ketimuran (SRV- Radio Ketimuran), SSJ yang dilakukan antara (SRV-NIROM) dan SRV-PPRK dan NIROM.

a. SSJ SRV Secara "bilateral"

Kerjasama SSJ antara SRV dan Radio Ketimuran adalah kerjasama yang paling sering dilakukan. SRV melakukan kerjasama SSJ dengan beberapa perkumpulan radio,

namun belum terdapat data apakah kerjasama itu memakai pola SSJ Induk dan anggota jaringan atau pola SSJ "bilateral".

Jika SRV menggunakan pola Induk-anggota jaringan, besar kemungkinan SRV akan bertindak sebagai induk jaringan. Mengapa? Karena SRV memang induk yang sebenarnya dari perkumpulan radio Ketimuran di Indonesia yang memiliki kelebihan dari segi pengalaman, manajemen dan kemampuan finansial. Namun dalam beberapa kerjasama antara SRV-VORO maupun SRV-SRI kerjasama SSJ yang dilakukan oleh SRV tidak menunjukkan pola yang membentuk suatu hubungan induk-anggota Jaringan.

Dalam kerjasama SSJ dengan VORO, Jakarta pada tahun 1935 SRV, dari jadwal siaran yang tertara dari VORO selama tahun 1935 justru VORO terlihat sebagai Induk Jaringan, karena jadwal siaran tahun itu juga menunjukkan bahwa VORO bekerjasama dengan sejumlah perkumpulan radio. Dalam satu tahun (1935) kurang lebih VORO mengudarakan siaran dari NIROM Jakarta (70 kali), NIROM Bandung (15 kali), MAVRO Jogjakarta (3 kali) dan SRV Solo (20 kali).⁷

Masih memerlukan penelitian lebih lanjut apakah kerjasama SSJ itu hanya melibatkan dua pihak yaitu SRV dan VORO atau melibatkan pula NIROM Ketimuran. Teknologi relay yang digunakan bisa dilakukan dengan cara VORO menangkap dari pemancar tereterial yang disiarkan oleh SRV, bisa pula dengan bantuan teknik dari NIROM Ketimuran. Hal ini masih perlu penelitian lebih jauh.

Selain dengan VORO, SRV juga menjalin kerjasama dengan SRI. Ini adalah salah satu mitra SRV yang secara terus menerus melakukan kerjasama. Perkumpulana radio Siaran Radio Indonesia (SRI) milik keraton

⁷ *Pewarta VORO, Tahoen Jang Pertama*, edisi Djanoeari-Desember 1935

Kasunanan. Kerjasama itu adalah untuk merelay siaran ibadah sholat Jumat setiap Jumat pukul 12.00-12.30 dimana SRV merelay SRI yang melakukan siaran langsung dari Masjid Agung Surakarta. Selama tahun 1938 saja SRV dan SRI melakukan kerjasama SSJ sebanyak 31 kali relay.⁸

Dalam konteks ini SSJ antara SRV dan SRI tampaknya tidak mengikuti pola yang baku dimana terdapat induk jaringan dan anggota jaringan. Siapakah yang bertindak sebagai induk jaringan SRV ataukah SRI? Dan siapakah yang bertindak sebagai anggota jaringan SRV ataukah SRI?

Dalam kerjasama SSJ biasanya induk jaringan akan menerima kiriman materi acara dari anggota jaringan. Jadi lazimnya yang "menerima" adalah induk jaringan dan yang "mengirim" adalah anggota jaringan. Bila "rumus" itu diterapkan maka SRV bertindak sebagai induk jaringan dan SRI sebagai anggota jaringan. Namun dalam konteks hubungan SRV dan SRI tampaknya sulit disebut bahwa SRV adalah "induk" dan SRI adalah "anggota".

Hal ini disebabkan karena akerjasama SSJ tersebut hanya terdiri dari dua lembaga penyiaran. Selain itu materi acara adalah siaran sholat Jumat dari masjid Agung. Pertanyaannya adalah mengapa SRV harus repot-repot merelay atau mengambil materi siaran sholat jumat ke SRI yang nota bene diambil dari masjid Agung Solo? Bukankah SRV juga milik Mangkunegaran yang juga punya masjid sendiri?

Masalah ini tentu bukan masalah teknis penyiaran belaka namun sudah menyangkut etika politik dan etika beragama yang ingin dijunjung oleh pihak Mangkunegaran dan Kraton Kasunanan. Besar kemungkinan, kedua penguasa itu sepakat bahwa tidak patut sekiranya di satu wilayah ada dua

siaraan sholat Jumat secara bersamaan. Hal ini akan membingungkan umat dan mencegah persaingan di udara untuk berkompetisi masalah siarana agama.

TapimengapaSRV yangmerelaySRI dari Masjid Agung? Mengapa SRI tidak merelay dari SRV dari masjid Mangkunegaran? Sekali lagi ini bukan masalah teknis penyiaran ini adalah etika politik dan etika beragama. Masjid Agung dan SRI adalah bagian dari Keraton Kasunanan sebagai sebuah kerajaan yang memiliki kedudukan lebih tinggi dari pada Mangkunegaran --yang berkedudukan sebagai kadipaten, bukan kerajaan-- selaku pemilik SRV.

Namun bila dilihat dari aspek penyiaran, SRV lebih unggul dalam pengalaman, manajemen dan penguasaan teknologi. Oleh karena itu, konsep "induk" dan "anggota" dalam kerjasama SJJ antara SRV dan SRI tidak berlaku.

b. SRV-NIROM Ketimuran.

Salah satu kerjasama penting dalam bidang SSJ adalah kerjasama dengan jaringan stasiun milik Pemerintah Hindia Belanda yang bernama NIROM Programma Ketimuran. Programma ini mengkhususkan siaran kesenian Timur yang tetap dalam kendali pengawasan radio milik pemerintah penjajah NIROM. Program ini dibentuk setelah NIROM melihat bahwa siaran Ketimuran yang disiarkan Radio-radio Ketimuran memperoleh tempat dihati pendengar radio di Nusantara.

Kerjasama SSJ antara SRV dan NIROM Ketimuran tampaknya yang bertindak sebagai induk jaringan adalah NIROM Ketimuran sedangkan SRV, VORO dan VORL bertindak sebagai anggota jaringan. Sebagai induk jaringan, NIROM Ketimuran juga bertindak sebagai koordinator dan bertanggungjawab atas *out put* siaran dalam kerjasama SSJ ini.

Dalam programma NIROM Ketimuran dilakukan kerjasama antara radio Belanda

8 Pewarta SRV, Tahoen Kalima Edisi Januari-Desember 1938 (lengkap)

itu dengan tiga radio Ketimuran yaitu VORO (Jakarta), VORL (Bandung) dan SRV (Solo). Dari kerjasama pada tahun 1938 sejumlah acara yang bernuansa etnik diudarakan baik Jawa, Bali, Sunda, Ambon/ Manado, Tionghwa, Arab dsb.⁹

Meskipun ada kerjasama dengan NIROM Ketimuran, SRV masih tetap melakukan siarannya secara mandiri. Siaran SRV tersebut diudarakan untuk pendengar SRV baik di Kota Solo maupun kota-kota lainnya.

Sebagai bukti bahwa SRV melakukan siaran secara mandiri --di samping kerjasama dengan NIROM Ketimuran-- pada tahun 1938, SRV menerbitkan buletin *Pewarta SRV* yang berisi jadwal siaran setiap bulannya selama 1938, satu tahun penuh. (Lihat Tabel 01 pada Lampiran).¹⁰

Dalam kerjasama SSJ, SRV mengirim materi siaran kepada NIROM Ketimuran yang kemudian dipancarkan melalui jaringan NIROM Ketimuran. Sudah barang tentu tidak semua acara SRV bisa dikirim kepada NIROM Ketimuran (relay atau rekaman). Sebab jika mata acara SRV dikirim semua ke NIROM Ketimuran akan memakan waktu siaran yang sangat banyak. SRV harus berbagi dengan mitra NIROM Ketimuran

lainnya. Oleh karena itu wajar jika SRV hanya mengirim mata acara tertentu saja, dan wajar pula jika acara yang dikirim ke NIROM adalah mata acara unggulan dimana mata acara unggulan itu sebagian besar adalah kesenian Jawa, karena SRV memang ahli untuk memproduksi siaran kesenian Jawa.

Model kerjasama siaran semacam ini (relay langsung atau rekaman) masih lazim dilakukan di Indonesia hingga saat ini baik oleh Radio Republik Indonesia (RRI) maupun radio swasta yang berjaringan. Sebagai contoh RRI pernah memiliki acara bernama "Varia Nusantara". Acara ini berisi siaran berita dari berbagai daerah (cabang-cabang RRI) yang dipancarkan secara nasional oleh RRI Pusat di Jakarta.

Sebagaimana juga telah dilakukan oleh SRV pada masa lampau dimana SRV tetap bersiaran secara mandiri, RRI di daerah masing-masing tetap bersiaran secara reguler, di samping melakukan kerjasama dengan RRI Pusat di Jakarta,

Kerjasama SSJ antara NIROM Ketimuran dan Radio ketimuran (SRV, VORO dan VORL) dan kerjasama SSJ antara RRI Pusat dan RRI Daerah pada dasarnya memiliki pola yang sama dimana NIROM Ketimuran dan RRI Pusat bertindak sebagai Induk Jaringan sementara Radio Ketimuran (SRV, VORO, VORL) atau RRI Daerah sebagai anggota jaringan.

Sebagai induk jaringan, baik NIROM Ketimuran maupun RRI Pusat bertanggungjawab atas *out put* siaran secara keseluruhan dalam program SSJ tersebut. Sementara anggota jaringan bertanggungjawab atas materi masing-masing yang dikirimkan kepada induk jaringan.

c. SRV-PPRK

Kerjasama SSJ antara SRV dan Radio Ketimuran juga pernah dilakukan dalam kerangka kerjasama dengan PPRK (Perikatan

9 Yampolsky (2013), menggunakan buletin *Soeara Nirom* 1938 -- karena data lengkap yang dia miliki hanya tahun itu-- menemukan siaran SRV Kesenian Jawa sebanyak 663 kali, Bali 2 kali dan Tionghwa 20 kali. Menurut Yampolsky data ini menunjukkan bahwa pendapat saya (*Wiryawan's claim*) dalam buku *Mangkunegoro VII dan Awal Penyiaran Indonesia* bahwa SRV merupakan radio yang memperkenalkan budaya Timur secara keseluruhan dan bukan hanya budaya Jawa tidak memiliki dasar.

10 Dalam buletin *Pewarta SRV* tahun 1938 (12 bulan penuh) ditemukan siaran bahwa kesenian Jawa 967 kali (43%), Ketimuran 580 kali (25%) yang terdiri a.l Melayu 176, Sunda 64, Bali 24, Ambon 22, Hawaiian 44, Tionghwa 80, Arab 57 kali. dll), siaran non kesenian/budaya 724 kali (32%). Data ini memperkuat pendapat saya dalam buku tersebut, Wiryawan, (2011) sekaligus menyangkal tuduhan Yampolsky bahwa pendapat saya tidak benar.

Perkumpulan Radio Ketimuran, asosiasi radio Pribumi) pada akhir tahun 1938. Kali ini melibatkan seluruh anggota PPRK yaitu VORO (Jkt), VORL (Bdg), MAVRO (Ykt), RS (Smg), dan CIRVO (Sby) dan SRI (Solo).¹¹

Kegiatan ini diberi nama *Radioweek* (Pekan Radio) yang dimulai tanggal 29 Desember 1938 hingga 2 Januari 1939, sebuah acara bekerja sama antara SRV dengan PPRK. Kerjasama ini bersifat insidental untuk memperkenalkan kepada publik tentang keberadaan PPRK. Dalam kerjasama SSJ antara SRV dan PPRK tampaknya yang bertindak sebagai induk jaringan adalah PPRK, sementara anggota PPRK bertindak sebagai anggota jaringan.

PPRK sebagai Induk Jaringan menyadari perlunya penyiaran yang mengakomodasi seluruh budaya Timur yang ada di Indonesia. Oleh karena itu keragaman budaya, kemajemukan penduduk tergambar dalam jadwal siaran di bawah.

Meskipun ini adalah kegiatan insidental namun memakan waktu beberapa hari dan mengambil seluruh jadwal siaran SRV sepenuhnya. Berikut ini adalah jadwal SSJ antara SRV-PPRK :

*Radio Programma dari P.P.R.K. Jang
Disiarkan Selama Radioweek Moelai
tg.l. 29 December 1938-2 Januari 1939 oleh
Segenap Zender-zender Ketimoeran jang
Telah Masoek Anggauta P.P.R.K. ja'ni:
V.O.R.O, V.O.R.L, M.A.V.R.O, S.R.V, dan
C.I.R.V.O.*

Hari kesatoe.

Kamis malam 29 Dec '38

19.00-19.15 : Pidato pemboeka'an oleh Voorzitter P.P.R.K Toean Soetardjo dari Batavia. (V.O.R.O)

¹¹ SRI bukan anggota PPRK, namun pihak PPRK menghormati dan sering mengajak dalam kegiatannya.

19.15-19.20 : Adhan oleh Toean Sajid Ali dari Batavia (V.O.R.O)

19.20-20.30 : Gamboes dilakoekan oleh Poetri-poetri bangsa Arab dari Batavia (V.O.R.O)

20.30-21.00 : Pidato oleh Padoeka Toean Regent dari Bandoeng hal: Islam

21.00-21.30 : Melandjoetkan Gamboes dari Batavia

21.30-23.00 : Santiswara dari Solo dengan perantara'an S.R.I

Hari kedoea

Djoema'at malam 30 Dec 1938

19.00-19.15 : kata pendahoeloean oleh Volksraadslid, toean Kan pada pemboeka'an dari Chineesche Kunstavond

19.15-20.30 : Modern muziek Tiong Hoa dari Batavia

20.30-20.45 : Pidato dari Volksraadslid, toean Kan tentang hal: Keboedaja'an Tiong Hoa (V.O.R.O)

20.45-21.45 : Gambang Kromong dari Batavia

21.45-22.00 : Yan Kien dari Soerabaia (C.I.R.V.O)

Hari ketiga

Sabtoe malam 31 Dec '38

19.00-19.15 : Kata pendahoeloean oleh B.K.P. Hario Soerjohamidjojo Pada pemboeka'an dari Javaansche Kunstavond (S.R.I)

19.15-21.00 : Klenengan dari Karaton Soerakarta (S.R.I)

21.00-21.30 : Pidato oleh K.P. Hario Soeriodiningrat tentang hal keboedaja'an Djawa (M.A.V.R.O)

21.30-23.00 : klenengan dari Karaton Djocja (M.A.V.R.O)

Hari keempat

Akat 1 Jan '39

- 8.00-9.00 : Ketjapi dari Bandoeng (V.O.R.L)
09.00-10.00 : Klenengan dari Loetjon dari Djocja (M.A.V.R.O)
10.00-11.00 : Klenengan dipimpin oleh Padoeka B.K.P.H. Praboewinoto (S.R.V)
11.00-12.00 : Krontjong dari Soerabaia (C.I.R.V.O)

Akat malam 1 Jan '39

- 19.00-19.15 : Kata pendahoeloean oleh toean Otto Iskandar tentang hal: Soendaneesche kunst. (V.O.R.L)
19.15-21.00 : Gamelan dengan lengkap dari Bandoeng (V.O.R.L)
21.00-21.15 : Pidato dari Mevr. Goei Ing Hong tentang hal: Chineesche Roode Kruis dari Semarang (R.S)
21.15-23.00 : krontjong dari Semarang (R.S)

Hari kelima

Senen 2 Jan '39

- 19.00-19.30 : Pidato dari salah seorang Pangeran dari Mangkoenagaran tentang hal: de Javaansche kunst in het verleden, heden en toekomst. (S.R.V)
19.30-21.00 : Gamelan dari Poero Mangkoenagaran (S.R.V)
21.00-21.25 : Pidato oleh Ki Adjar Dewantoro hal: Volksonderwijs (M.A.V.R.O)
21.25-22.55 : Gamelan dari Poero Pakoe Alaman (M.A.V.R.O)
22.55-23.00 : Pidato penghabisan dari penoetoepl oleh voorzitter dari P.P.R.K

d. Isi Siaran SSJ

Isu sentral dalam konsep SSJ yang berkembang dalam pembahasan RUU Penyiaran pada sekitar tahun 2000-an

sebenarnya bukan masalah teknis jangkauan siaran dan hubungannya dengan luasnya wilayah geografis Republik Indonesia, melainkan masalah yang lebih mendasar yaitu agar keragaman sosial, budaya yang dimiliki Nusantara dapat tercermin dalam isi siaran lembaga penyiaran yang hidup di Indonesia.

SSJ adalah konsep yang ingin dikembangkan melalui UU Penyiaran No 32 tahun 2002 untuk mengatasi sentralisasi siaran yang terlalu berpusat di Jakarta. Dengan kata lain SSJ adalah konsep siaran untuk mendorong desentralisasi penyiaran Indonesia.

Dengan adanya SSJ maka diharapkan Jakarta yang selama ini menjadi pusat penyiaran bisa menyerap keragaman budaya daerah dari seluruh tanah air. Dalam konsep SSJ pengertian "pusat" tidak berarti harus berada di Jakarta, melainkan bisa dilakukan di daerah.

Dalam kerjasama SSJ yang dilakukan SRV dengan beberapa pihak sebagaimana ditulis diatas, SRV tidak bertindak sebagai Induk Jaringan. SRV lebih banyak bertindak selaku anggota jaringan, karena itu SRV pada dasarnya secara manajemen tidak bertanggungjawab atas output keseluruhan siaran SSJ. Kemungkinan besar SRV hanya bertindak selaku konsultan atau penasihat dalam kerjasama dengan VORO, karena perkumpulannya radio Jakarta ini padasebelumnya adalah "anak perhimpunan" SRV. Sedangkan dalam kepengurusan PPRK, Ir Sarsito Mangunkusumo (Ketua SRV) juga merangkaap sekretaris dan bendahara PPRK.

Kesimpulan

Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) adalah salah satu model teknik penyiaran yang bisa digunakan untuk sebuah negara seperti Indonesia yang memiliki wilayah yang luas dan keragaman sosial budaya yang

tinggi. Undang-undang No 32 tahun 2002 telah mengamanatkan perlunya penerapan SSJ, sebuah model yang ternyata juga telah dipraktikkan pada masa awal penyiaran di Nusantara ini terbentuk.

Penyiaran di tanah air saat ini telah menjelma menjadi sebuah perlombaan konglomerasi dengan ciri adu kekuatan berdasarkan kekuatan modal yang masif. Penolakan atas substansi SSJ pada dasarnya merupakan sikap yang a historis dari penyiaran di tanah air sebagaaimana telah dicontohkan oleh SRV dan Radio Ketimuran lainnya.

Daftar Pustaka

- Lindsay, Jennifer. (1997). *Making Wave; Private Radio and Local Identities in Indonesia*. USA: Southeast Asia Program Publication at Cornell University.
- Mendel, Toby. (2000). *Penyiaran Publik: Sebuah Survey Perbandingan Hukum*, Jakarta: UNESCO.
- Wiryawan, Hari. (2011). *Mangkunegoro VII & Awal Penyiaran Indonesia*. Solo: Lembaga Pers dan Penyiaran Surakarta.
- Yampolsky, Philip Bradford. (2013). *Music and media in the Dutch East Indies: Gramophone records and radio in the late colonial era, 1903-1942*. Washington : University of Washington.
- , *Sejarah Radio di Indonesia*. (1953). Kementrian Penerangan: Djawatan Radio Republik Indonesia.
- De Solosche Radio Vereeniging Soerakarta*. (Kumpulan *Pewarta SRV* Januari-Desember 1938).
- De Solosche Radio Vereeniging Soerakarta*. (Kumpulan *Pewarta SRV* Januari-Desember 1940- tidak lengkap).
- Pewarta VORO*, Tahoen Jang Pertama, (Kumpulan buletin *Pewarta VORO* Januari-Desember 1935).

Undang-Undang No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.

Peraturan Pemerintah No 50 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta.

Syarat-syarat Penulisan Artikel

1. Artikel merupakan hasil refleksi, penelitian, atau kajian analitis terhadap berbagai fenomena komunikasi, khususnya komunikasi massa, yang belum pernah dipublikasikan di media lain.
2. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris dengan panjang tulisan antara 6.000-8.000 kata, diketik di halaman A4, spasi tunggal, margin atas dan kiri 4 cm, margin bawah dan kanan 3 cm, menggunakan font Times New Roman 11 point. Artikel dilengkapi dengan abstrak sepanjang 100-150 kata dan 3-5 kata kunci.
3. Artikel memuat: Judul, Nama Penulis, Instansi asal Penulis, Alamat Kontak Penulis (termasuk telepon dan email), Abstrak, Kata-kata kunci, Pendahuluan (tanpa anak judul), Sub-sub Judul (sesuai kebutuhan), Penutup atau Simpulan, Catatan-catatan dan Daftar Kepustakaan.
4. Kata atau istilah asing yang belum diubah menjadi kata/istilah Indonesia atau belum menjadi istilah teknis, diketik dengan huruf miring.
5. Catatan-catatan berupa referensi ditulis secara lengkap sebagai endnotes.
6. Kutipan langsung 5 baris atau lebih diketik dengan spasi tunggal dan diberi baris baru. Kutipan langsung kurang dari 5 baris dituliskan sebagai sambungan kalimat dan dimasukkan dalam teks di antara dua tanda petik. Kutipan tidak langsung (parafrase) ditulis tanpa tanda petik.
7. Daftar Kepustakaan diurutkan secara alfabetis, dan hanya memuat literatur yang dirujuk dalam artikel. Penulisan referensi menggunakan sistem *American Psychological Association (APA)*
Contoh:
Fakih, M. (1997). .Analisis gender dan Transformasi Sosial, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Holmer-Nadesan, M. (1986). "Organizational Identity and Space of Action", 17 (1), 1986, hal. 49-81.
8. Penulis diminta menyertakan biodata singkat.
9. Artikel dikirimkan kepada Tim Penyunting dalam bentuk file MicrosoftWord (.doc atau .rtf) disimpan dalam disket, CD, USB flashdisk, ataupun sebagai attachment dalam e-mail.
10. Kepastian pemuatan atau penolakan naskah diberitahukan kepada penulis melalui surat atau email. Artikel yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan kepada penulis, kecuali atas permintaan penulis.
11. Penulis yang artikelnya dimuat akan menerima ucapan terima kasih berupa nomor bukti 3 eksemplar.
12. Artikel dikirimkan ke alamat di bawah ini:

JURNAL KOMUNIKASI MASSA

Prodi. Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir. Sutami 36A, Kientingan, Surakarta 57126. Tlp. (0271)632478
Email: r_windya@yahoo.com

