



JURNAL ILMU KOMUNIKASI

E-ISSN: 2407-8220 | P-ISSN: 1693-3028



Alamat Redaksi:

Jurusan Ilmu Komunikasi, Kampus II UPN "Veteran" Yogyakarta
Jl. Babarsari 2, Tambakbayan, Yogyakarta 55281 - (0274) 485268
Website: <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/index>

Terakreditasi SK No. 30/E/KPT/2018

Jurnal Ilmu Komunikasi indexed by:



INDEX



COPERNICUS
INTERNATIONAL



GARUDA
GARBA RUJUKAN DIGITAL



Copyright of **Jurnal Ilmu Komunikasi** ISSN 1693-3028 (print), ISSN 2407-8220 (online)

Alamat:

Kampus II UPN "Veteran" Yogyakarta, Jl. Babarsari 2, Tambakbayan, Yogyakarta 55281
Phone: (0274)485268

Fax: (0274)487147

Email: jik@upnyk.ac.id

00197991 [View My Stats](#)

Pemahaman dan Aplikasi Etika Moral pada Wartawan Media Cetak di Surakarta

Haryanto
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sebelas Maret Surakarta
Email: Haryanto_prodi@staff.uns.ac.id

Abstract

Ethics, in the context of this paper, is synonymous with the rules of communication, that is an understanding of appropriate ways to relate to others based on applicable rules and situations that accompany them. Ethics is not a personal choice but rather a social and cultural desire. As an individual human being can not say at will or do anything he wants without regard to social interests or others. His words and actions must be based on what is deemed appropriate or adequate in the prevailing social system in which he lives. Principles, such as the purpose of justifying the means, the orientation of the goal rather than the means of attaining the goal, are evidence that ethics and morals have not been properly understood and lived properly. This is the central theme in the (report) research, which wants to know the extent to which the moral ethics understanding among print journalists who served in the former Residency of Surakarta. The survey was conducted on 30 journalists selected as sample. From the data collected, it is concluded that: the educational background influences the journalist's understanding of the meaning of "fact, objective and balanced". This difference of understanding, in turn, affects how journalists treat events / events, resource persons and news subjects, in their efforts to create "news value".

Keywords: *ethics, communication, journalist*

Abstrak

Etika, dalam konteks tulisan ini, sinonim dengan aturan komunikasi, yaitu sebuah pemahaman mengenai cara-cara yang layak untuk berhubungan dengan sesama berdasarkan aturan yang berlaku dan situasi yang menyertainya. Etika bukan merupakan pilihan personal akan tetapi lebih merupakan keinginan sosial dan kultural. Sebagai individu manusia tidak bisa mengatakan sekehendak hati atau melakukan apa saja yang ia inginkan tanpa memperhatikan kepentingan sosial atau orang lain. Kata-kata dan tindakannya harus didasarkan pada sesuatu yang dianggap sesuai atau memadai di dalam sistem sosial yang berlaku, dimana ia hidup. Prinsip-prinsip, seperti tujuan menghalalkan cara, orientasi pada tujuan ketimbang pada cara pencapaian tujuan, merupakan bukti bahwa etika dan moral belum betul-betul dipahami dan dihayati dengan benar. Inilah yang menjadi tema sentral dalam (laporan) penelitian, yaitu ingin mengetahui sejauh mana pemahaman etika moral di kalangan wartawan media cetak yang bertugas di eks Karesidenan Surakarta. Survey dilakukan terhadap 30 orang wartawan yang terpilih sebaga sampel. Dari data yang terkumpul diperoleh kesimpulan bahwa: latar belakang pendidikan mempengaruhi pemahaman wartawan terhadap makna "fakta, obyektif dan seimbang".

Perbedaan pemahaman ini, selanjutnya, mempengaruhi bagaimana wartawan memperlakukan peristiwa/kejadian, nara sumber dan subyek berita, dalam upaya mereka menciptakan “*news value*”.

Kata Kunci: Etika, Komunikasi, wartawan

Pendahuluan

Journalism ethics: is a species of applied (professional) ethics. It is the application and evaluation of the principles and norms that guide journalism practice, with special attention to the most important problem in the field. Journalism ethics contains both applied analysis and theory. In the analysis of specific cases, journalism ethics may appeal to the theoretical matters, such as the nature of ethical assertion.

Demikian penjelasan Stephen J.A. Ward (2009) tentang etika jurnalistik dalam tulisannya yang berjudul “*Applied Journalism Ethics*”. Ia menjelaskan dengan gamblang fungsi dan posisi etika dalam praktek jurnalistik. Kutipan tersebut di atas sekaligus memberikan penegasan kepada kita betapa pentingnya “etika” dalam kehidupan sosial manusia sehari-hari. Pertanyaannya adalah apa sebenarnya yang dimaksudkan dengan etika. Berikut ini disajikan kutipan definisi, yang dikembangkan oleh *National Scholastic Press Association (NSPA)*, tentang etika:

The term ethics comes from the Greek word “ethos,” which means character. An ethical person is a person of good character who strives to make “right” choices. Those “right” choices are self-determined by each individual. Ultimately, ethics is voluntary conduct that is self-enforced. Although ethics is related to law, it differs from law in that law is socially determined and socially enforced. Law tells us what we can do; ethics, what we should do. What is legal may not be what is ethical. Having the

right to say something doesn’t make it right to say it

Menurut Franz Magnis-Suseno (1984:6) etika dalam arti yang sebenarnya merupakan falsafah moral, artinya etika merupakan manifestasi moral seseorang. Selanjutnya ia menjelaskan secara lebih operasional bahwa etika merupakan keseluruhan norma, aturan, sopan-santun, adat-istiadat yang berlaku dalam sebuah komunitas yang mendasari perilaku keseharian para anggotanya, bagaimana mereka saling berhubungan dan berinteraksi, baik secara internal maupun eksternal. Etika merupakan sesuatu yang mendasari seseorang untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu.

Sedangkan moral merupakan perpaduan atau kesatuan norma yang bersifat komprehensif, ekstensif dan turun-temurun. Moral merupakan instrument atau ukuran praktis bagi perilaku orang yang tergabung dalam sebuah kelompok atau komunitas. Disadari atau tidak, tertulis atau tidak, moral selalu ada dan dibutuhkan oleh masyarakat (Pasquali, dalam Christians, 1997: 28)

Dalam bukunya yang berjudul *Ethics in Media Communication*, Louis Alvin Day (2000) menjelaskan bahwa moral berasal dari bahasa Latin *mos, moris* yang berarti “*way of life*” atau *conduct*, yang seringkali berkaitan dengan kepercayaan atau perilaku personal. Sedangkan etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang berarti *custom, usage* atau *character*, yang dikenal sebagai proses penerapan prinsip-prinsip yang sudah dikembangkan atau diakui secara rasional pada saat dua atau lebih obligasi moral harus diputuskan.

Persoalan serius akan muncul pada

saat terjadi konflik antara dua obligasi moral tentang “hak”. Persoalan etika muncul sebagai upaya atau proses untuk menyeimbangkan antara keinginan memperoleh “hak” dengan tidak mengorbankan “hak” orang lain. Etika selayaknya merupakan referensi dasar untuk memperjuangkan hak apabila tidak ditemukan jawaban yang memuaskan.

Dalam pandangan pesimistik, etika masih merupakan cita-cita yang perlu diwujudkan. Prinsip-prinsip sistem moral masih tergantung di angan-angan dan masih menjadi obyek pengamatan, belum menjadi inspirasi positif bagi keabsahan tindakan manusia (Moemeka, dalam Christians, 1997: 170). Prinsip-prinsip, seperti tujuan menghalalkan cara, orientasi pada tujuan berbanding dengan cara pencapaian tujuan, merupakan bukti bahwa etika dan moral belum betul-betul dipahami dan dihayati dengan benar.

Persoalan inilah yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini, yaitu bagaimana pemahaman dan penghayatan para jurnalis, khususnya wartawan anggota Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang bertugas di Eks Karesidenan Surakarta, terhadap prinsip-prinsip etika moral dalam menjalankan profesi mereka.

Sekalipun masih merupakan angan-angan, Moemeka (dalam Christians, 1997: 111) menjelaskan bahwa etika sinonim dengan aturan komunikasi, yaitu sebuah pemahaman mengenai cara-cara yang layak untuk berhubungan dengan sesama berdasarkan aturan yang berlaku dan situasi yang menyertainya. Etika bukan merupakan pilihan personal akan tetapi lebih merupakan keinginan sosial dan kultural. Manusia tidak bisa mengatakan sekehendak hati atau melakukan apa saja yang ia inginkan tanpa memperhatikan kepentingan sosial atau orang lain. Kata-kata dan tindakannya harus didasarkan pada sesuatu yang dianggap sesuai atau memadai di dalam sistem sosial yang berlaku serta dimana manusia itu berada.

Etika dan moral berakar pada kebudayaan atau *culture*, yang dimasifestasikan dalam bentuk kebiasaan *nature*. Sekalipun akar

etika dan moral bersifat umum untuk ukuran komunitas atau sistem sosial (budaya) setempat namun dalam aplikasinya sangat subyektif, yaitu, sangat tergantung pada pemahaman dan penghayatan seseorang atas sistem nilai budaya yang mereka kembangkan sendiri.

Setiap orang mempunyai pemahaman tersendiri (bisa sama, hampir sama, atau berbeda) mengenai “apa yang etis atau tidak etis, mana yang bermoral atau tidak bermoral”, sekalipun mereka mempunyai referensi cultural yang sama. Diskusi dan pembahasan yang mengarah pada generalisasi tentang “apa yang seharusnya disiarkan dan apa yang seharusnya tidak disiarkan” seringkali mendorong munculnya “*tension*” ketimbang “*enlightment*”, karena ada kecenderungan pada penonjolan perjuangan kebebasan pers, bukannya pada upaya bagaimana merumuskan prinsip-prinsip proses etika-moral (Day, 2000: 53).

Keputusan atau kebijakan yang terlalu menonjolkan kepentingan kebebasan pers kurang mempunyai dasar-dasar pertimbangan moral. Keputusan yang didasarkan pada pertimbangan yang berimbang antara “hak menyiarkan” dan “hak privasi/sosial” orang lain sarat dengan etika moral. Praktek demikian yang seharusnya dikembangkan dalam memperjuangkan kebebasan pers. Artinya, bukan hanya tujuan semata yang menjadi kepentingan utama, akan tetapi cara dan prosesnya pun perlu diperhatikan.

Menurut Day (2000: 53) alasan atau pertimbangan moral (*moral reasoning*) merupakan pendekatan yang sistematis untuk mewujudkan keputusan yang etis. Selanjutnya ia menjelaskan bahwa *moral reasoning* membutuhkan proses intelektual sebagaimana terjadi dalam proses intelektual yang lain. *Morale reasoning* membutuhkan persuasi dan argumentasi yang logis. Alasannya adalah karena justifikasi etis melibatkan kepentingan dan hak-hak orang lain. Oleh karenanya setiap keputusan yang berkaitan dengan masalah etika harus bisa dipertanggung-jawabkan melalui analisis situasi secara mendasar. Seorang yang kurang berpendidikan, mungkin saja akan mengatakan

bahwa persoalan “kelakuan etis” tidak lebih dari opini belaka.

Dalam hal ini, Day (2000: 53) menjelaskan bahwa *morale reasoning* bukan hanya sekedar menawarkan tindakan, opini, atau kepercayaan. *Morale reasoning* merupakan proses yang terstruktur, merupakan proses intelektual untuk mempertahankan *ethical judgement*, berdasarkan kritikan atau masukan dari pihak lain. *The beauty of morale reasoning lies in the journey, not in the destination*” sebuah ungkapan yang sangat indah sekaligus menggambarkan bagaimana proses validasi *morale reasoning* seharusnya terjadi. Persoalannya saat ini menjadi jelas bahwa etika atau moral tidak akan muncul dengan tiba-tiba. Etika atau moral seseorang akan berkembang seiring dengan proses pendewasaan penalaran masing-masing pribadi. Ini mengandung makna bahwa pendidikan baik formal maupun non formal memegang peranan yang sangat penting.

Dalam penelitian ini dikaji apakah latar-belakang pendidikan seorang jurnalis mempunyai perbedaan terhadap profesionalisme mereka dalam melaksanakan tugas-tugas jurnalistik. Kajian tentang profesionalisme wartawan akan difokuskan pada ketaatan jurnalis terhadap *general code of conduct* di bidang jurnalistik dan pemahaman, penghayatan dan aplikasi etika moral dalam menjalankan fungsi jurnalistiknya. *General code of conduct* merupakan referensi umum, yang tertuang dalam Undang Undang Pokok Pers dan atau Kode etik Jurnalistik yang diterbitkan oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI).

Dalam sistem pendidikan komunikasi jurnalistik di Indonesia, materi-materi yang berkaitan dengan *general code of conduct*, sudah menjadi bagian dari kurikulum inti. Artinya bahwa alumni program studi komunikasi jurnalistik, diasumsikan, sudah paham atau sekurang-kurangnya sudah dibekali dengan materi-materi etika profesi. Akan tetapi wartawan, sebagai sebuah profesi, juga banyak diminati orang dari berbagai disiplin ilmu.

Fakta menunjukkan bahwa menjadi seorang reporter, presenter ataupun jurnalis yang

terkenal bukan pekerjaan yang sulit, namun menjalankan profesi tersebut secara santun, berbudaya dan elegan bukanlah pekerjaan yang mudah. Profesi sebagai wartawan memerlukan wawasan dan pengalaman yang luas. Latar belakang pendidikan diasumsikan memberikan kontribusi yang cukup signifikan, sehingga para jurnalis lebih cenderung mengejar aktualita dan daya tarik ketimbang mempertimbangkan dampak sosial yang mungkin ditimbulkan akibat pemberitaan yang mereka lakukan.

Demi mengejar aktualita, daya tarik dan batas waktu penyiaran/penerbitan wartawan/jurnalis, seringkali, mengabaikan faktor akurasi. Keluhan Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono, ketika terkena *diary* saat berkunjung di luar Jawa beberapa waktu yang lalu, merupakan contoh yang konkrit. Akibat ketidak-akuratan wartawan, terpaksa Presiden harus melakukan klarifikasi agar tidak menimbulkan kesimpang-siuran di masyarakat. Fenomena ini merupakan “indikasi” betapa lemahnya pemahaman dan praktek etika/ moral profesi kewartawanan.

Adalah hak setiap warga negara (termasuk di dalamnya Jurnalis) untuk mencari, mendapatkan dan menyiarkan informasi secara terbuka, jujur dan adil/berimbang. Hal ini dijamin dan dilindungi oleh peraturan perundangan yang berlaku. Ini merupakan kodrat manusia sebagai makhluk sosial.

Salah satu dimensi konsep kebebasan pers yang berlaku hampir di seluruh dunia adalah “hak publik/rakyat untuk mengetahui hal ikhwal yang berkaitan dengan penyelenggaraan Negara”. Atas nama publik/rakyat, jurnalis berburu informasi/berita dengan menggunakan sumber pemerintah atau non pemerintah, baik secara kelompok maupun individual, untuk kemudian disiarkan secara masal, agar masyarakat bisa melakukan kontrol sosial.

Persoalannya bukan pada “hak untuk menyiarkan”, akan tetapi terletak pada dampak atau akibat yang ditimbulkan oleh siaran tersebut. Seringkali akibat yang ditimbulkan tidak seperti yang diharapkan, sehingga maksud hati memberikan pencerahan kepada publik,

namun kebingungan yang didapat. Persoalan yang muncul adalah bahwa seringkali terjadi perbedaan konsep dan pemahaman mengenai: “apa yang dianggap penting dan perlu diketahui oleh publik”. Dengan alasan tertentu, dampak pemberitaan kurang begitu mendapatkan perhatian. Di sini isu tentang etika/moral menjadi sangat signifikan, yaitu memutuskan “menyiarkan atau tidak menyiarkan” dengan mempertimbangkan dampak yang mungkin timbul akibat keputusan tersebut.

Isu tentang etika/moral menjadi tema sentral penelitian ini; yaitu mengkaji atau menelaah “seberapa jauh pemahaman/penghayatan jurnalis terhadap persoalan etika moral, baik yang bersifat yuridis formal maupun yang berupa tata nilai yang berlaku dan berkembang di masyarakat kita, yang tertuang dalam karya jurnalistik mereka?. Fokus utamanya akan ditekankan pada “apakah perbedaan latar belakang pendidikan (disiplin komunikasi/jurnalistik dan non komunikasi) berpengaruh terhadap pemahaman dan penghayatan etika/moral dimaksud?

Sebenarnya pelaksanaan kebebasan pers di Indonesia masih dalam batas kewajaran, hanya saja waktu atau suasananya kurang tepat/mendukung, sehingga ada kalangan yang menganggap pers kita sudah “kebablasan”. Ada indikasi, agaknya pers Indonesia terseret arus pusaran elite politik yang sedang berebut kepentingan, pengaruh dan kekuasaan. Pada satu sisi elite politik membutuhkan media massa untuk aktualisasi diri dan memperjuangkan kepentingan politiknya, pada sisi lain, dalam waktu yang bersamaan, media massa seperti orang yang baru bangun tidur, lantaran selama 32 tahun terbelenggu kebebasannya. Sebagai akibatnya, pers kurang bisa membedakan mana yang merupakan kepentingan publik dan mana yang merupakan hak politik pers.

Isu ini menjadi semakin krusial karena sebagian besar konflik politik/kepentingan yang dipicu atau di-*amplified* oleh siaran pers banyak menguras energi masyarakat, dimana masyarakat perlu mensinergikan gagasan dan upaya agar bisa

segera lepas dari krisis ekonomi/moneter yang berkepanjangan. Dibutuhkan suasana politik yang kondusif agar upaya mensejahterakan kehidupan bangsa segera terwujud.

Praktek kebebasan pers di Indonesia mempunyai andil yang cukup signifikan terhadap terciptanya situasi yang kurang kondusif. Mungkin karena terlalu mengedepankan unsur “kekinian” dan larut dalam pusaran arus perhelatan politik nasional, pers nasional yang diharapkan mampu memberikan pencerahaan kepada publik justru sebaliknya yang terjadi. Masyarakat menjadi bingung dibuatnya. Setiap detik, menit, jam dan hari senantiasa disodori berita/informasi politik, yang belum tentu bisa dipahami dan dicerna oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Sebagai akibatnya bukan pencerahaan yang mereka peroleh, sebaliknya kebingungan dan kegelapan yang mereka dapat. Harus diingat bahwa “*freedom of the press is not a destination. Freedom of the press is a tool or vehicle to seek or reach the truth*”.

Isu utama dalam penelitian ini, yaitu mengumpulkan bukti-bukti empirik “seberapa jauh latar belakang pendidikan berpengaruh terhadap pemahaman dan penghayatan etika moral di kalangan wartawan media cetak yang bertugas di eks Karesidenan Surakarta? Secara akademis nilai signifikansi penelitian ini sangat tinggi, karena akan bermanfaat bagi perbaikan kurikulum pendidikan formal bidang jurnalistik, utamanya yang berkaitan dengan pengembangan/perumusan materi Mata Kuliah Etika Komunikasi.

A journalist must be open-minded to other people, to other reasons and to other cultures, tolerant and humanitarian. There should be not room in the media for those people who use them to sow hate and hostility, and to advertise. The problem of our profession is an ethical matter.

Barroso (2006) menyatakan mengenai pentingnya etika bagi seorang jurnalis dalam menjalankan tugasnya, yang dituangkan

dalam laporan penelitiannya berjudul “*Movie: a powerfull resource of visual literacy in journalism ethics*”. Salah satu kesimpulan penting yang dirumuskan oleh Barroso dan relevan dengan konteks penelitian ini adalah: “*the journalist must have a moral and ethical preparation, being the Professional Ethics the guideline of his/her journalistic praxis*”

Kesimpulan tersebut, secara tidak langsung, menyiratkan pentingnya pendidikan dalam rangka menyiapkan dan membekali pemahaman etika moral bagi para calon jurnalis atau jurnalis muda. Pembekalan bagi calon jurnalis adalah penting, karena jurnalis mengemban tiga tugas mulia (Ward, 2009):

1. *General ethical duties*: seperti halnya anggota masyarakat yang lain, seorang jurnalis sudah selayaknya patuh terhadap prinsip-prinsip etika umum, seperti: jujur, menepati janji, menghindari perselisihan dan melayani publik dengan baik. Sayangnya prinsip-prinsip ini diterjemahkan secara berbeda dalam pelaporan dan *editing*.
2. *Journalism's social role*: seperti para professional lain, jurnalis menggunakan keahlian mereka untuk memenuhi peranan sosialnya dan harapan publik. Peranannya, kadang-kadang dipahami sebagai bagian dari kontrak sosial antara jurnalis dan masyarakat. Di kebanyakan Negara Barat, jurnalis diberikan kebebasan yang dilindungi undang-undang dalam rangka perbaikan kondisi sosial, misalnya diberikan kebebasan dalam hal berbeda pendapat/pandangan dan kebebasan melakukan analisis terhadap kejadian secara komprehensif.
3. *Impact and influence*: jurnalis harus bertanggung jawab secara etis atas akibat yang ditimbulkan oleh laporan yang dibuatnya baik terhadap individu maupun kelompok, sekecil apapun akibat yang ditimbulkannya.

Tiga fungsi utama tersebut memperkuat alasan mengenai nilai pentingnya pembekalan etika moral bagi calon jurnalis. Adapun tujuan utama pembekalan tersebut seharusnya ditekankan pada hal-hal sebagai berikut (Ward: 2009), (1) *Understanding*: memperdalam pemahaman tentang fungsi dan prinsip-prinsip etika journalism, (2) *Ethical reasoning*: meningkatkan kemampuan dialektika personal, sosial dan kultural dalam rangka membangun *ethical reasoning* di kalangan para calon jurnalis, (3) *Reforming*: senantiasa memperbaiki standar atau prinsip-prinsip etika yang sudah ada, (4) *Promoting*: senantiasa memperbaiki perilaku etis dan *decision making* berkaitan dengan pemberitaan media, (5) *Discussion*: mendorong dan meningkatkan diskusi publik tentang etika journalism.

Poin-poin tersebut merupakan *guideline* yang seharusnya diarahkan dalam pengajaran etika-moral jurnalistik untuk memberikan ruang bagi para calon jurnalis dalam mengenali obligasi moral dan agar terbiasa melakukan dialektika *morale reasoning*, maka beberapa pelanggaran umum yang biasa dilakukan oleh jurnalis berikut ini sudah selayaknya mendapatkan ekstra perhatian, yaitu (Ward: 2009):

- a) *Accuracy and verification*: masalah ini menyangkut seberapa banyak bukti-bukti pendukung yang dibutuhkan/diperlukan untuk menyiarkan berita? Kemana, kepada siapa, dan seberapa banyak verifikasi harus dilakukan?
- b) *Context*: Apakah jurnalis memberikan atau menyertakan konteks yang tepat terhadap fakta-fakta yang mereka kumpulkan? Apakah konteks yang mereka bangun layak terhadap fakta yang ditemukan?
- c) *Deception and fabrication*: Pantaskah jurnalis menyamar atau menggunakan kamera tersembunyi?
- d) *Graphic images and sensationalism*: Kapan seharusnya jurnalis menyertakan gambar-gambar yang menyeramkan? Kapan images bisa menimbulkan rasa

bersalah, sensasi atau eksploitasi? Kapan images menjadi tidak proporsional atau menjadi berlebihan?

- e) *Illegal acts*: Pantaskah jurnalis harus melanggar aturan untuk mendapatkan data, fakta, atau cerita?
- f) *Source and confidentiality*: Pantaskah jurnalis menjanjikan “kerahasiaan” terhadap sumber berita? Pantaskah jurnalis menolak menunjukkan sumber berita kepada polisi atau pengadilan? Kapa seharusnya jurnalis mematuhi “off the record”?
- g) *Special sensitive situation*: Bagaimana seharusnya jurnalis memperlakukan/menyikapi peristiwa pembebasan-penyanderaan; usaha bunuh diri; atau kejadian-kejadian lain dimana pemberitaan media dapat memperburuk keadaan, atau akan menimbulkan konsekuensi pada rutinitas kehidupan masyarakat?

Tujuh poin tersebut merupakan sisi-sisi dimana seorang jurnalis mudah sekali terjebak dalam problematika etika-moral, yang bisa terjadi karena disengaja atau tidak disengaja. Hal ini dimungkinkan karena persoalan ini merupakan masalah pilihan; yaitu pilihan melakukan atau tidak melakukan, pilihan menyiarkan atau tidak menyiarkan. Persoalannya sekarang adalah: apa yang menjadi dasar pertimbangan atas pilihan tersebut? Apakah pilihan yang diambil dilakukan secara sadar/disengaja atau tidak? Berikut ini disajikan beberapa factor yang diperkirakan mempengaruhi jurnalis dalam menentukan pilihan atau memaksa jurnalis untuk memilih (Ward: 2009):

1. *Proliferation of news media*:

- a) Meningkatnya kompetisi di antara provider berita
- b) Tekanan memperoleh “materi” untuk mengisi programbaru
- c) Banyak media memaksakan membuat “*story of the day*”

2. *Changes in news media audiences*:

- a) *Fragmentasi audience*: demografi yang lebih kecil, persaingan media
- b) Kebutuhan berita segar yang lebih kuat: siaran langsung dsb.
- c) Hasrat audience yang selalu meningkat untuk akses berita/foto, meskipun belum diverifikasi secara lengkap.
- d) Tidak sabar: audience jarak jauh
- e) Hasrat audience untuk berinteraksi dengan media.

3. *Convergence of news media*:

- a) Lembaga pemberitaan berusaha merangkul audience lintas platform media
- b) Jurnalis cenderung bekerja pada beberapa media (multimedia news-rooms).
- c) Korporasi *global news* melalui merger atau akuisisi.

4. Meningkatkan nilai bisnis:

- a) Berita sebagai bagian dari produk usaha atau *profit-driven corporation*.

Ke-empat faktor tersebut merupakan realita sosial yang tidak bisa dihindari kemunculannya, hal ini merupakan dampak langsung dari globalisasi masyarakat dunia, akibat aplikasi teknologi komunikasi dan informasi di bidang industri media massa; serta sebagai akibat perubahan struktur dan sistem sosial karena tuntutan globalisasi. Peneliti ingin menggaris-bawahi bahwa ada wilayah-wilayah dimana jurnalis bisa terjebak dalam pelanggaran etika-moral dan probabilitas terjadinya pelanggaran tersebut ada pada diri jurnalis sendiri. Banyak faktor yang bisa menyebabkan jurnalis terjebak dalam problematika etika moral, yaitu: proliferasi pemberitaan media, perubahan audience media, konvegensi pemberitaan antar media, dan tuntutan bisnis media.

Beberapa dampak positif dari perubahan antara lain ; peluang interaksi antara publik dengan media lebih besar, akses informasi lebih mudah, dengan jangkauan lebih luas, Bisa

mengurangi fungsi dan peranan *gatekeeper*, Munculnya metode *story-telling* baru lewat media, Konvergensi pemberitaan bisa mengarah pada penjelasan isu/kejadian secara lebih komprehensif. Beberapa dampak negatifnya, adalah, jurnalis cenderung memasukkan opini untuk menarik perhatian audience, tanpa verifikasi, kurang obyektif, lebih sensasional, dan cenderung memperburuk kondisi konflik, cenderung mengabaikan etika-moral: penyederhanaan isi, konteksnya dihilangkan, analisis lemah. Lebih menonjolkan berita selebriti dan hiburan, Banyak keluhan mengenai pelanggaran privasi, berlebihan, Kecenderungan konvergensi dan nilai bisnis: perhatian terhadap keragaman berita, pengaruh korporasi media global, lebih menekankan pada kepentingan ekonomi ketimbang kepentingan etika, konflik kepentingan, kurangnya jurnalis independent, Kebingungan publik: siapa sebenarnya jurnalis sungguhan, apa kriterianya sebagai jurnalis sungguhan.

Sebagai antisipasi terhadap perangkat terjadinya pelanggaran etika-moral, Ward (2009) menawarkan sebuah model analisis agar supaya jurnalis tidak terjebak dalam perangkat tersebut:

1. Kesadaran bahwa terdapat persoalan etika di dalam pemberitaan: apabila ada situasi dimana tidak ada kepastian, ketidak-jelasan yang mengarah pada perbedaan pandangan mengenai apa yang harus/seharusnya dilakukan.
2. Lakukan analisis terhadap kasus tersebut:
 - a) identifikasi isu-isu etika yang mungkin terkandung di dalamnya;
 - b) identifikasi nilai-nilai yang bertentangan dan
 - c) identifikasi fakta-fakta yang paling relevan.
3. Evaluasi dan pertimbangan alternative keputusan yang mungkin:
 - a) identifikasi premis-premis etis yang mungkin;
 - b) pertimbangkan konsekuensinya;
 - c) pertimbangkan hak/kuajiban sebagai

jurnalis;

- d) pertimbangkan dampaknya terhadap reputasi pribadi maupun profesi.
 - e) Pilih tindakan yang tepat setelah mempertimbangkan segala sesuatunya.
 - f) Rumuskan justifikasi etis mengenai alasan, prinsip-prinsip yang mendasari pilihan, agar siap apabila ada keluhan atau kebaratan dari pihak lain.
4. Laksanakan tindakan/keputusan, dan lakukan review terhadap tindakan tersebut di kemudian hari: pelajari *feedback*-nya, karena *feedback* sangat penting untuk perbaikan keputusan etis selanjutnya. Mana yang tepat dan mana yang perlu diperbaiki.

Jurnalis bisa mengembangkan “*check list*” sendiri dan memanfaatkan *feedback* yang disampaikan oleh siapapun yang merasa dirugikan atas pemberitaan yang dibuat, yang disebut proses “*dialectical moral reasoning*”. Apabila dialektika ini dilakukan terus-menerus maka pada titik tertentu seorang jurnalis akan menemukan apa yang disebut “*personal code of conduct*” yang akan mengarah pada terbentuknya “*self-governing morale*” bagi jurnalis. *Ethical codes* dibutuhkan untuk mengawal terwujudnya kebebasan pers: yang mempunyai nilai tanggung jawab sosial, membantu mewujudkan kesejahteraan sosial dan mempercepat proses demokrasi. Persoalannya kemudian “siapa yang bertanggung jawab dan bagaimana melakukannya?”

Dalam sistem pendidikan di Indonesia, materi etika jurnalistik terangkum dalam mata kuliah Etika dan Filsafat Komunikasi, Hukum dan media massa. Mata kuliah tersebut menempatkan aspek legal-formal sebagai materi utamanya. Ada beberapa perguruan tinggi yang menyisipkan muatan etika pada mata kuliah “Teknik Penulisan Berita” atau yang sejenis. Melalui observasi dan diskusi dengan pengampu mata kuliah tersebut, diketahui bahwa materi legal formal seperti: Undang Undang Pokok Pers, Undang Undang Penyiaran, Kode Etik Wartawan Indonesia, dan sejenisnya mendominasi materi

kuliah secara keseluruhan.

Dari sisi teknis, “ceramah” banyak dipakai sebagai metode utama dalam penyampaian materi kuliah. Masih sangat jarang yang menggunakan “studi kasus” sebagai metode atau teknik pembelajaran. Peneliti pesimis bahwa jurnalis muda mempunyai dasar-dasar etika moral yang kuat dalam menjalankan profesinya, karena dinamika persoalan etika moral yang telah mengalami diversifikasi yang luar biasa sejalan dengan perkembangan industri media massa sebagai akibat dari aplikasi teknologi informasi dan komunikasi, Sebagaimana diperlihatkan dalam sejarah perkembangan etika jurnalistik, Gambar 1). Harus diingat bahwa mengajarkan etika journalism tidak cukup hanya dengan transfer teori dan konsep, tetapi juga harus mampu mendorong dan memotivasi mahasiswa menjadi “*critical thinker*”, menjadi pemikir yang kritis dan kreatif. Penegasan ini sesuai dengan karakter “etika journalism” sendiri, yaitu sebagai “*science*” dan sekaligus sebagai “*art*”

Berkaitan dengan persoalan ini, UNESCO (2004) mensponsori sebuah seminar internasional, yang melibatkan Program Studi Jurnalistik dan Komunikasi Massa di dunia yang tergabung dalam *Journalism Network (JourNet)*, dengan tema “*teaching journalism*”, dan salah satu model pembelajaran yang mendapatkan perhatian terbesar adalah “*A reflective model for teaching journalism*”.

Model ini memfokuskan pada:

“... the development of graduate efficacy in the intellectual skill and understanding required of professional practitioners. The model uses critical reflection as a cognitive bridge between journalism theory and professional practices. Through it, students develop self-reliance, confidence, problem solving, and adaptability, while simultaneously gaining knowledge and developing a sense of efficacy in their ability to negotiate inherent dilemmas in practice. When pedagogical strategies “block the exits” to escape from the implications

and effects of their practice, students are held to high benchmarks of critical and reflective thinking. The “lived” experience provided by a problem-based pedagogy also develops confidence and sense of efficacy in students. Moreover, this approach integrates thinking and doing in a way that binds practices with the social and ethical effects produced.

Dengan demikian menjadi jelas “bagaimana seharusnya mengajarkan etika journalism, sehingga para jurnalis muda mempunyai kebiasaan sebagai *reflective and critical thinker*”.

Pertanyaan berikutnya adalah “siapa yang layak mengajarkan materi etika jurnalistik, apakah ahli filsafat atautkah praktisi media? memperhatikan sistem pendidikan nasional maupun internasional, Filsafat dan Etika diajarkan di hampir setiap Negara di dunia dan di hampir semua Program Studi. Akan tetapi siapa yang berani menjamin bahwa semua alumni berperilaku etis sebagaimana digariskan dalam proses pembelajaran? Hal ini berarti bahwa ahli filsafat tidak serta merta mampu membekali calon jurnalis mampu menjalankan profesinya sebagaimana yang diharapkan. Sebaliknya praktisi media diduga kurang mampu dalam memberikan bekal teori dialektika moral, yang seharusnya menjadi rujukan bagi jurnalis pada saat mereka dihadapkan pada obligasi moral yang kompleks.

Etika jurnalistik merupakan *science* sekaligus *art*, sehingga harus ada keseimbangan antara bekal teori dan praktis, dimana dalam sejarah etika jurnalistik (lihat Gambar 1), dapat dilihat bahwa lahirnya etika jurnalistik beriringan dengan evolusi atau perkembangan teori kebebasan pers, sehingga idealnya pengajar etika jurnalistik adalah ahli filsafat dan praktisi media.

Realita menunjukkan bahwa profesi jurnalistik banyak diisi oleh orang-orang dari beragam disiplin ilmu bukan hanya dari disiplin ilmu Jurnalistik dan Komunikasi Massa” saja.

Gambar 1: History of Journalism Ethics

| | | |
|--|---|--|
| | Authoritarian theory of the press (17 th century) | |
| | Public theory (18 th century) | |
| | Liberal theory (19 th century) | |
| Elite liberal Reformed by opinion interpretation | | Egalitarian liberal Reformed by news fact |
| | Interpretation vs objectivity (20 th century) | |
| Muckraking interpretative journalism Broadcast media | | Objective reporting |
| | Ethics on the global, digital frontier (21 th century). | |
| | On-line, inter media, global media | |
| | Global journalism ethics? | |

Sumber: Ward (2009)

Sehingga menambah kompleksitas dan ragam persoalan etika jurnalistik. Peneliti mencoba mengkaji “perbedaan latar belakang pendidikan dan profesionalisme jurnalis dalam menjalankan fungsinya”. Dalam penelitian ini latar belakang pendidikan dibedakan dalam: Alumni jurnalistik/komunikasi dan non-jurnalistik/komunikasi, bekerja sebagai jurnalis di media cetak, dan memegang Kartu Identitas sebagai anggota Persatuan Wartawan Indonesia (PWI).

Metode Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah wartawan atau jurnalis media cetak, yang menjadi anggota PWI dan bertugas atau mempunyai wilayah kerja di eks karesidenan Surakarta. Menurut data keanggotaan PWI Pusat Jakarta yang berhasil diunduh, wartawan anggota PWI yang mempunyai wilayah kerja di Surakarta ada sebanyak : 193 orang, yang terdiri

dari 29 anggota muda, 93 keanggotaannya belum diperpanjang dan 71 orang yang masih menjadi anggota PWI aktif. Dengan jumlah tersebut maka diputuskan sampel penelitian adalah sebesar 30 orang.

Penetapan jumlah 30, semata-mata didasarkan alasan teori kurve normal, dengan teknik sampling yang digunakan adalah *purposive random sampling*; dengan pertimbangan utamanya adalah:

- Penelitian ini berkaitan dengan etika jurnalistik; bahwa jurnalis harus mengembangkan rasa tanggung jawab sosial di atas “hak siar”.
- Oleh karenanya dipilih sampel jurnalis yang bekerja pada media massa dengan sirkulasi yang lebih besar, baik local, regional, maupun nasional.
- Berdasarkan hal tersebut dipilih harian Solo Pos, Jawa Pos; Radar Solo, Suara Merdeka,

Kompas, Bisnis Indonesia dan Sindo, ditetapkan sebagai institusi tempat bekerja jurnalis yang dijadikan sampel penelitian.

Pengukuran terhadap profesionalisme jurnalis akan didasarkan pada 18 item yang dikembangkan oleh David E. Sumner (professor journalism dari Universitas Ball State, Amerika), dengan beberapa modifikasi.

Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 11 wartawan laki-laki dan 19 wartawan wanita, dengan variasi umur kurang dari 30 tahun 30 %, 30-40 tahun 50% dan lebih dari 40 % sebanyak 20%. Dilihat dari sisi umur sudah selayaknya responden mempunyai tingkat kedewasaan yang cukup.

Selain itu, juga masih dalam tingkat produktifitas yang tinggi, mengingat usia di bawah 40 tahun adalah usia produktif. Wartawan yang dijadikan responden memiliki masa kerja kurang dari 10 tahun sebanyak 30 %, 10-20 tahun sebanyak 33 % dan lebih dari 29 tahun sebanyak 33 %, sehingga rata-rata jurnalis yang menjadi responden memiliki cukup berpengalaman. Hal ini terlihat dari masa kerja mereka yang sudah cukup lama.

Sedangkan yang memiliki latar belakang Jurnalistik atau Komunikasi sebanyak 80 % dan yang berasal dari disiplin ilmu yang lain sebanyak 20 %. Sekalipun jumlahnya relative sedikit, ternyata profesi sebagai seorang jurnalis tetap diminati oleh para alumni yang berasal dari disiplin ilmu di luar jurnalistik atau komunikasi massa. Untuk jenis pelatihan yang pernah diikuti, pelatihan editorial 11%, reportase 15%, manajemen 10%, hukum dan undang-undang 32% dan etika 32%. sebagian responden sudah selayaknya mempunyai pemahaman tentang hokum dan perundangan-undangan yang berlaku di Indonesia serta etika profesi.

Profesionalisme adalah pelaksanaan tugas dan tanggung jawab sebagaimana yang digariskan dalam *code of conduct* untuk bidang profesi yang bersangkutan. Sedangkan pengukurannya menggunakan pola 18 item

(dengan sedikit modifikasi) yang dikembangkan oleh Prof. David E. Sumner.

Kualitas Berita. Kualitas berita meliputi penilaian terhadap: rumusan dan kemenarikan tajuk/lead, penggunaan kalimat pasif, ketepatan pemilihan kata kerja, dan kesederhanaan/kejelasan kalimat. Untuk bidang ini diberikan bobot 30. Hasil penilaian terhadap kualitas berita para jurnalis, yang masuk kategori cukup bagus 17 %, bagus 20 % dan kurang bagus 63 %, sedangkan untuk sangat bagus dan tidak bagus 0. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas berita yang dihasilkan oleh para jurnalis yang menjadi responden kurang begitu menggembirakan. Artinya bahwa berdasarkan aspek yang dinilai, berita yang mereka tulis mengandung problematika etika-moral. Bahwa apa yang mereka sajikan cenderung memicu terjadinya "*harmless*", memicu timbulnya friksi dan kontroversi. Hal ini terutama sekali terlihat dalam penggunaan/ pemilihan kata kerja dan bentuk kalimat pasif.

Pilihan kata kerja merupakan tindakan kesengajaan untuk bias mengangkat nilai berita. Dari sisi legal formal perilaku demikian tidak bias disalahkan, akan tetapi mengandung obligasi moral yang mungkin bias memicu terjadinya hal-hal yang kurang baik. Penggunaan kalimat pasif dalam penulisan berita dilakukan untuk mengaburkan atau menyembunyikan subyek berita, yang secara hukum statusnya belum jelas. Dengan cara ini bisa menghindari terjadinya "*trial by press*" atau pembunuhan karakter.

Kedalaman Isi dan Kualitas Sumber Berita. Untuk kualitas "kedalaman isi dan kualitas sumber berita", meliputi: ketepatan pemilihan sumber, kedalaman isi dan kemenarikan alur cerita, kelayakan/ ketepatan penggunaan data pendukung, serta keseimbangan dan obyektifitas penggunaan nara sumber dan penggunaan bahan berita. Hasilnya menunjukkan bahwa untuk kategori kualitas cukup bagus 23 %, bagus 27 % dan kurang bagus 50 %, untuk kategori sangat bagus dan tidak bagus 0 %. Aspek "kedalaman isi dan kualitas sumber" kondisinya juga kurang menggembirakan. Dilihat dari sisi

“kode etik jurnalistik” hampir-hampir tidak ada pelanggaran. Akan tetapi pada diteliti lebih jauh baru kelihatan problematika etika-moral yang terjadi; yaitu bahwa pilihan sumber berita atau nara sumber terkesan tendensius dan data-data pendukung yang disampaikan kelihatan sudah kehilangan konteks.

Ada kecenderungan pemilihan sumber berita pada orang atau figure yang mempunyai penilaian berseberangan dengan kejadian yang sedang diangkat. Sebagai akibatnya, berita yang diangkat cenderung memperkeruh persoalan ketimbang memberikan *enlightenment* kepada publik. Kebanyakan data pendukung yang disajikan “sudah dipotong” dengan maksud tertentu. Seringkali pemotongan demikian akan menghilangkan konteks yang dibangun oleh sumber data atau speaker. Akibat perlakuan demikian, pemotongan yang tidak tepat, akan menghasilkan makna yang berbeda. Ini yang oleh sementara sumber berita diklaim sebagai “pemelintiran informasi”.

Keaslian, organisasi & kualitas fokus. Aspek ketiga dari penilaian terhadap profesionalisme jurnalis yang menjadi sample penelitian ini adalah “keaslian, organisasi dan kualitas fokus”, yang meliputi: keaslian ide dengan fokus angle yang jelas, kejelasan sistematika dan komprehensifitas/kohesifitas. Hasilnya menunjukkan untuk kategori cukup bagus sebanyak 33%, bagus 27 %, kurang bagus 40 % dan 0 % untuk kategori sangat bagus dan tidak bagus. Aspek “keaslian, organisasi dan kualitas fokus”, menunjukkan masih adanya jurnalis/wartawan yang mengambil materi berita dari sumber-sumber on-line. Ini bukan merupakan pelanggaran, karena sumbernya disebutkan. Akan tetapi dari sisi keaslian/originalitas mengandung problematika etika-moral.

Mekanik. Mekanik merupakan aspek penilaian ke-empat atau terakhir. Aspek ini meliputi: jumlah kata/volume, kesalahan ketik (satu kesalahan, satu penalty), salah eja (tiga kesalahan satu penalty), tanda baca (satu kesalahan satu penalty), dan salah tata

bahasa (satu kesalahan satu penalty). Hasilnya menunjukkan untuk kategori sangat bagus 7 %, cukup bagus sebanyak 30%, bagus 40 %, kurang bagus 23 % dan 0 % untuk kategori tidak bagus. Hal ini menunjukkan bahwa dari sisi aspek mekanik tidak banyak mengandung persoalan. Aspek ini sebenarnya lebih merupakan aspek teknis ketimbang persoalan etika-moral.

Profesionalisme Jurnalis. Dengan menyatukan hasil dari ke-empat aspek penilaian tersebut di atas, akhirnya diperoleh hasil penilaian “profesionalisme Jurnalis” terhadap jurnalis yang menjadi responden dalam penelitian ini, yaitu menunjukkan untuk kategori cukup bagus sebanyak 27 %, bagus 30 %, kurang bagus 43 % dan 0 % untuk kategori sangat bagus dan tidak bagus. Secara keseluruhan hasil penilaian terhadap profesionalisme jurnalis, dengan menggunakan formula Sumner menunjukkan hasil yang kurang memuaskan.

Profesionalisme jurnalis dalam penelitian ini menggunakan formula 18 item sebagaimana dikembangkan oleh Prof. Sumner, yang mendasarkan pada undang undang dan kode etik profesi yang berlaku, serta memberikan bobot lebih pada “*personal code of conduct*”

General Code of Conduct. Secara umum loyalitas wartawan atau jurnalis yang menjadi sampel penelitian cukup bagus. Artinya hampir tidak ada pelanggaran terhadap kode etik jurnalistik dan peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia. Pelanggaran wajar yang teridentifikasi dalam penelitian ini adalah bahwa wartawan cenderung kurang obyektif dalam memperlakukan kejadian atau peristiwa. Ketidak-obyektifan tersebut muncul diduga karena pengaruh masuknya opini pribadi baik dalam penulisan maupun pemilihan sumber berita.

Penegasan tersebut memang bersifat *debatable*. Wartawan atau jurnalis masih bias berargumen, karena telah melibatkan lebih dari satu sumber berita (yang merupakan salah satu unsur obyektifitas). Akan tetapi kalau diperhatikan lebih jauh, pemilihan sumber-sumber berita yang dilakukan oleh jurnalis

cenderung “tendensius”. Artinya ada maksud-maksud tertentu dibalik pilihannya. Ini yang oleh Peneliti dianggap kurang obyektif.

Hal yang sama juga terjadi dalam penyertaan data atau informasi pendukung. Karena tidak dimungkinkan menyajikan data/informasi secara utuh, wartawan/jurnalis biasanya memotong bagian-bagian tertentu yang oleh mereka dianggap penting/mendukung cerita/berita. Namun, sekali lagi karena masuknya opini pribadi, mereka tidak sadar –bisa jadi juga disengaja— bahwa apa yang mereka lakukan justru akan menghilangkan “konteks”, yang bias membiaskan makna yang sebenarnya. Sifat faktualnya masih ada, sehingga lepas dari tuntutan hukum. Tetapi dengan hilangnya konteks, sumber beritalah yang dirugikan. Hal demikian akan memperkeruh keadaan dan memicu munculnya “harmless”.

Personal Code of Conduct. Dari sudut pandang *General Code of Conduct* pelanggaran tersebut di atas dianggap ringan. Karena hal

(1997, 139) professionalism is a means of control in the news organisations... professionalism acts as a method of control for the managers wishing to make a profit. Professionalism is thus also a way to minimise conflict in the newsroom (profesionalisme merupakan alat control dalam organisasi pemberitaan... profesionalisme bertindak sebagai metode pengendalian terhadap manager yang hanya memburu keuntungan. Profesionalisme juga merupakan cara untuk memperkecil munculnya konflik di ruang redaksi).

Perubahan cukup besar terlihat pada saat “perbedaan latar belakang pendidikan” dihubungkan dengan “loyalitas terhadap *personal code of conduct*”. Bahwa jurnalis yang merupakan alumni non-komunikasi massa cenderung tidak loyal terhadap *personal code of conduct*. Hal ini bias dipahami mengingat alumni kurang mengenal filosofi profesi jurnalistik secara lebih mendalam.

Tabel 1

Perbedaan Latar Belakang Pendidikan dan Loyalitas terhadap General Code of Conduct

| Loyalitas terhadap General Code of Conduct | Latar Belakang Pendidikan | | Jumlah |
|--|---------------------------|----------------|--------|
| | Komunikasi | Non komunikasi | |
| Sangat Loyal | 2 | 2 | 4 |
| Cukup Loyal | 6 | 3 | 9 |
| Loyal | 12 | 1 | 13 |
| Kurang loyal | 4 | 0 | 4 |
| Tidak loyal | - | - | - |
| Jumlah | 24 | 6 | 30 |

demikian tidak menyalahi peraturan perundangan yang berlaku. Akan tetapi dari sudut pandang *Personal Code of conduct*, kejadian tersebut sudah dianggap sebagai pelanggaran yang besar. Latar Belakang Pendidikan Vs Profesionalisme

Dari table 1 terlihat bahwa perbedaan latar belakang pendidikan bukan alasan untuk tidak mematuhi peraturan perundangan yang berlaku. Ini selaras dengan pernyataan Soloski

Simpulan

Nampaknya ada perbedaan pemahaman antara teori dan praktek di kalangan jurnalis mengenai konsep “fakta, obyektif, dan seimbang”. Bukti-bukti yang kepada isu tersebut adalah pemenggalan data/informasi pendukung yang tidak cermat, yang mengarah pada hilangnya “konteks”, yang mengakibatkan bias makna dan penggunaan nara sumber yang cenderung

Tabel 2
Perbedaan Latar Belakang Pendidikan dan Loyalitas terhadap Personal Code of Conduct

| Loyalitas terhadap Personal Code of Conduct | Latar Belakang Pendidikan | | Jumlah |
|---|---------------------------|----------------|--------|
| | Komunikasi | Non komunikasi | |
| Sangat Loyal | - | - | - |
| Cukup Loyal | 8 | 0 | 8 |
| Loyal | 7 | 2 | 9 |
| Kurang loyal | 9 | 4 | 13 |
| Tidak loyal | - | - | - |
| Jumlah | 24 | 6 | 30 |

tendensius dan cenderung memperkeruh keadaan

Dilihat dari sudut pandang kode etik jurnalistik dan peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia, pelanggaran yang terjadi tergolong sangat ringan, dan cenderung bias diabaikan. Akan tetapi dilihat dari sisi etika-moral --sebagaimana dimaksudkan dalam penelitian ini—pelanggaran dimaksud termasuk dalam kategori “signifikan”. Karena pelanggaran tersebut mengindikasikan rendahnya kesadaran dan penghayatan jurnalis terhadap etika-moral. Apa yang mereka kerjakan, sekalipun benar, seharusnya tidak perlu mereka lakukan.

Perbedaan latar belakang pendidikan tidak serta mempengaruhi loyalitas jurnalis terhadap kode etik profesi maupun peraturan perundangan yang berlaku. Akan tetapi mempengaruhi pemahaman mereka mengenai filosofi jurnalistik, fungsi dan peranan media massa, yang seterusnya berpengaruh terhadap profesionalisme mereka. Ada istilah “peramu berita dan penjual berita”

Daftar Pustaka

- Barroso, Porforio; Lucia Tello; 2006; *Movies: a powerful resources of visual literacy in journalism ethics*; Research Report.
- Crone, Tom; 2002; *Law and the Media*; Fourth Edition; Focal Press; London; British.
- Day, Louis Alvin; 2000; *Ethics in Media Communication*, Focal Press: London, British.
- American Society of Newspaper Editors (ASNE): Statement of Principles, 1996 -2007*
- Hanson, Gary; 2001, “Learning Ethics: on the job or in the classroom?” *The Journal of the Association of Schools of Journalism and Mass Communication*, Fall: 2001, pp. 3 - 11
- Magnis-Suseno, Franz; 1984; *Etika Jawa: Sebuah Analisa Falsafi Tentang Kebijaksanaan Hidup Jawa*; PT Gramedia Jakarta 1984.
- Merrill, John C.; 1995; *Global Journalism: Survey of international communication*; Third Edition; Longman: USA.
- Samuels Annette J.; 2001; “More than Optional Rules for Right Behavior,” *The Journal of the Association of Schools of Journalism and Mass Communication*, Fall 2001, pp. 24 – 26
- Soloski, John. 1997. “News Reporting and Professionalism: Some Constraints on the Reporting of News”. In D. Berkowitz (ed.), *Social Meanings of News. A Text-Reader*, 138-154. Sage Publications.
- Sumner David E. 2006, “Teaching Standard in Feature and Magazine Writing Classes”. *Journal of Magazine and new Media research*: Vol. 9, No. 1, Fall 2006.
- Ward, Stephen J.A. 2009, “Applied Journalism Ethics” *Journalism Ethics for the Global Citizen*; School of Journalism

& Mass Communication, University
of Wisconsin-Madison, USA.
Zelizer, Barbie. 2004. *Taking Journalism
Seriously. News and the
Academy*. Thousand Oaks: Sage.

Pemaknaan Konflik Pabrik Semen Kendeng dalam *Framing* Media Berita Online *kompas.com* dan *suara merdeka.com*

Mohammad Solihin dan Novi Kurnia
Mahasiswa Program S2 Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Gadjah Mada
Email: mas.mohammadsolihin@gmail.com
Email: noniknovi@yahoo.com

Abstract

*Citizens repellent resistance establishment of a cement factory in the district of Pati and Rembang, Central Java gets a different meaning by online news media. This research seeks to uncover the construction of national online news media *kompas.com* and local online news media of *suaramerdeka.com* in defining reality conflict Kendeng cement plant during 2015. The method used framing analysis Robert M. Entman models with an emphasis on elements define problem and diagnose cause. There are three categories used to see that framing the struggle for citizens Kendeng, the trial lawsuit Kendeng cement plants, and the role of Central Java Governor reducing conflict cement Kendeng. Of the three issues mentioned get the result that the national online news media *kompas.com* shows the position and their support is likely to deliver more dominant portion to one of the conflicting parties. While local online news media *suaramerdeka.com* relatively proportional in preaching the pros and cons of a cement factory Kendeng.*

Keywords: *Framing Analysis, Online News Media, Ideology, New Media, Conflict Cement Kendeng*

Abstrak

Perlawanan warga penolak pendirian pabrik semen di Kabupaten Pati dan Kabupaten Rembang, Jawa Tengah mendapat pemaknaan yang berbeda oleh media berita online. Penelitian ini berupaya untuk mengungkap konstruksi pemberitaan media berita online nasional *kompas.com* dan media berita online lokal *suaramerdeka.com* dalam memaknai realitas konflik pabrik semen kendeng selama tahun 2015. Metode yang digunakan analisis *framing* model Robert M. Entman dengan penekanan pada elemen *define problem* dan *diagnose cause*. Ada tiga kategori yang digunakan untuk melihat *framing* yaitu aksi perjuangan warga Kendeng, sidang gugatan pabrik semen kendeng, dan peran Gubernur Jawa Tengah meredam konflik semen kendeng. Dari ketiga isu tersebut didapatkan hasil bahwa media berita online nasional *kompas.com* menunjukkan posisi dan keberpihakannya yang cenderung memberikan porsi lebih dominan kepada salah satu pihak yang berkonflik. Sementara media berita online lokal *suaramerdeka.com* relatif proporsional dalam memberitakan pihak pro dan kontra pabrik semen kendeng.

Kata Kunci: Analisis Framing, Media Berita Online, Ideologi, Media Baru, Konflik Semen Kendeng

Pendahuluan

Rencana pendirian pabrik semen di kawasan pegunungan kapur Kendeng, Kabupaten Pati dan Kabupaten Rembang, Jawa Tengah, mendapat berbagai perlawanan warga kendeng penolak pendirian pabrik semen. Konflik bermula pada tahun 2006 oleh warga Sukolilo yang dikenal sebagai penganut ajaran Samin menolak keras rencana studi eksplorasi untuk pendirian pabrik semen oleh PT Semen Gresik (PT Semen Indonesia) di Kecamatan Sukolilo, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Warga yang menolak lewat Jaringan Masyarakat Peduli Pegunungan Kendeng (JMPPK) lalu mengajukan gugatan ke PTUN Semarang untuk mencabut studi eksplorasi ini dan menang, kemudian PT Semen Indonesia melakukan banding ke Pengadilan Tinggi Negeri Surabaya dan menang, hingga JMPPK banding lagi ke Mahkamah Agung (MA) pada pertengahan 2009 dan menang, sementara PT Semen Indonesia sudah memutuskan untuk keluar sebelum ada keputusan MA.

Akhirnya, PT Semen Indonesia sebagai perusahaan milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara) memutuskan membangun pabrik di Tuban pada tahun 2009 dan kemudian tahun berikutnya mendirikan satu pabrik lagi masuk ke lokasi baru pembangunan pabrik semen di Desa Tegaldowo, Kecamatan Gunem, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah yang memulai peletakan batu pertama pendirian pabrik semen pada 16 Juni 2014. Sebagian warga Gunem yang kontra pendirian pabrik melakukan pemblokiran jalan menuju lokasi tambang sehingga menimbulkan kericuhan masyarakat yang sebagian besar ibu-ibu dengan aparat Kepolisian dan TNI yang menjaga lokasi. Aksi tuntutan penolakan pabrik semen berlanjut dengan mendirikan tenda dan menggelar doa bersama di tapak pabrik.

Laporan penelitian Pusat Studi Keamanan dan Perdamaian (PSKP) UGM (2015) menyebutkan perbedaan kepentingan ini kemudian menimbulkan konflik yang berkepanjangan dari tahun 2012-2015 antara PT Semen Indonesia dengan masyarakat yang tergabung dalam JMPPK. Semenjak dimulainya

PT Semen Indonesia yang mendirikan pabrik di wilayah perhutani pegunungan kendeng, Kecamatan Bulu, pada tahun 2012, eskalasi konflik mengalami beberapa tahapan konflik selama tiga tahun. Konflik tahap I di tahun 2012-2014 masih dalam kondisi *laten* yang nampak di masyarakat Desa Tegaldowo dengan adanya perpecahan antara masyarakat yang pro dan yang kontra (menolak) terhadap pembangunan pabrik PT Semen Indonesia. Konflik tahap II terjadi pada 15 Juni 2014 dengan munculnya aksi terbuka perlawanan warga yang tergabung dalam JMPPK dengan pemblokiran jalan akses masuk ke pabrik semen oleh kurang lebih 20 perempuan. Beberapa bulan kemudian tepatnya pada 26-27 September 2014 dapat disebut sebagai konflik tahap III dengan munculnya aksi sebagai eskalasi krisis dimana aksi dilakukan tidak hanya dengan penghadangan semata tetapi juga disertai dengan alat bambu runcing dan lesung sebagai simbol petani. Kini warga Pati dan Rembang dibantu orang-orang Samin yang tergabung dalam Jaringan Masyarakat Peduli Pegunungan Kendeng (JMPPK) menghadapi PT Semen Indonesia di Rembang dan PT Indocement di Kecamatan Kayen dan Tambakromo, Pati, Jawa Tengah.

Pro dan kontra masyarakat dalam menyikapi konflik tersebut tidak terlepas dari peranan media massa dalam membentuk dan mengkonstruksinya. Namun, realitanya media tidak memberikan informasi yang utuh, tidak proporsional, parsial dan lebih menunjukkan keberpihakan pada salah satu pihak saja dalam memberitakan konflik. Sementara masyarakat membutuhkan berita-berita yang objektif agar dapat melihat akar permasalahan secara utuh dan realitas apa sebenarnya yang terjadi. Peliputan berita yang tak berimbang hanya akan memperuncing konflik yang terjadi.

Media bukan lagi sekadar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya (Eriyanto, 2012). Lewat medialah, ideologi dominan mengenai apa yang baik dan apa yang buruk yang disebarakan,

itu dimapankan. Karena media membantu kelompok dominan menyebarkan ide atau gagasannya, mengontrol kelompok lain, dan membentuk konsensus antar anggota komunitas (Barrat, 1994). Hal demikian tercermin pada berita-berita yang menceritakan kemenangan kelompok (untuk memompa semangat), diinjakinjaknya harga diri kelompok mereka oleh kelompok lawan (untuk memunculkan simpati), serta cerita-cerita *human interest* yang muaranya adalah membentuk solidaritas kelompok.

Upaya untuk mengetahui kecenderungan pemberitaan itu dapat dilakukan dengan melalui berbagai cara. Biasanya penelitian yang mengeksplorasi tentang kebijakan redaksional ini lebih banyak melihat isi media massa dengan metode analisis isi (*content analysis*) dan analisis bingkai (*framing analysis*). Dalam artikel ini penulis menggunakan analisis *framing* khususnya pada media berita online. Kehadiran media berita online dalam dunia jurnalisme seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan dengan media konvensional, media berita online jauh lebih unggul dalam hal kecepatan pemberitaan yang dapat diakses oleh penggunanya dimana saja dan kapan saja. Tetapi isu keunggulan ini kemudian menjadi masalah pokok dalam dunia jurnalisme online yaitu masalah kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat karena mengejar kecepatan menyampaikan informasi.

Media berita online yang menjadi kajian bagi penulis atas pemberitaan konflik pabrik semen di pegunungan Kendeng, Kabupaten Pati dan Kabupaten Rembang, Jawa Tengah adalah

media berita online nasional *kompas.com* dan media berita online lokal *suaramerdeka.com*. *Kompas.com* dipilih dengan pertimbangan sebagai media berita online nasional dengan intensitas pemberitaan pabrik semen kendeng lebih banyak dibandingkan dengan media berita online nasional lainnya dan memiliki wartawan atau kontributor sendiri di wilayah Semarang, Jawa Tengah, serta berada pada peringkat 11 *top sites* di Indonesia versi *alexa.com*. Perbandingan pencarian *keyword* dan peringkat situs beberapa media berita online nasional yang diambil pada 29 Februari 2016 seperti tergambar pada tabel di bawah.

Sementarasuaramerdeka.com merupakan media berita online lokal di Jawa Tengah dan memiliki peringkat *top site* di Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan situs media berita online lokal lainnya. Dari permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana media berita online *kompas.com* dan *suaramerdeka.com* membingkai berita konflik pabrik semen kendeng?

Konflik pabrik semen kendeng seperti halnya konflik-konflik sosial lainnya di Indonesia dan di dunia, tentu memiliki penyebab yang bisa dijelaskan dengan rangkaian teori tertentu. Untuk itu diperlukan sebuah kerangka pemikiran di mana pemahaman mengenai teori tersebut akan membawa kesimpulan tentang apa yang harus dilakukan untuk menangani konflik, bahkan dalam skala lebih luas pemahaman itu akan menjadi pedoman untuk membuat kebijakan dalam rangka mencegah terjadinya konflik dalam eskalasi tertentu di masa mendatang. Konflik sendiri menurut

Tabel 1. Pencarian *Keyword* dan Peringkat Situs Beberapa Media Berita Online Nasional

| Media | <i>Keyword</i> "Pabrik Semen Kendeng" | <i>Keyword</i> "Pabrik Semen Pati" | <i>Keyword</i> "Pabrik Semen Rembang" | Peringkat Situs di Indonesia versi <i>alexa.com</i> |
|------------|---------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|---|
| Kompas.com | 6.444 berita | 7.185 berita | 6.692 berita | 11 |
| Tempo.co | 104 berita | 189 berita | 56 berita | 33 |
| Detik.com | 17 berita | 52 berita | 53 berita | 5 |

Galtung (2007) berasal dari *confligere* yang berarti 'saling mengejutkan'. Dalam pengertian sederhana, konflik sebagai hubungan antara dua atau lebih (individu atau kelompok) pihak yang berpikir memiliki tujuan tidak sejalan. Sementara konflik dalam definisi Putnam (2006) dikatakan sebagai sebuah perselisihan yang termanifestasikan dalam bentuk konfrontasi fisik atau non-fisik antara beberapa pihak dalam arena distribusi sumberdaya yang terbatas. Sedangkan Susan (2009) memiliki asumsi dasar mengenai teori konflik yaitu *pertama*, setiap individu mempunyai kepentingan (*interest*) yang berbeda, bahkan bertentangan dengan individu atau kelompok lain di dalam suatu masyarakat. Yang *kedua*, sekelompok orang mempunyai kekuatan yang lebih dibandingkan kelompok-kelompok lainnya. Dan yang *ketiga*, kepentingan dan penggunaan kekuatan untuk mencapai kepentingan tersebut dilegitimasi dengan sistem ide dan nilai-nilai yang disebut dengan ideologi.

Terlepas dari posisi epistemologi konflik itu sendiri merupakan salah satu *news value* sebuah peristiwa, yang selalu berhasil menarik media untuk meliputnya. Asumsinya, ada pola yang terekam dalam berita-berita konflik itu secara bertahap dapat dipahami dengan membahas tentang perspektif dan teori yang digunakan dalam melihat berita konflik, untuk kemudian menjelaskan landasan konseptual tentang bagaimana konstruksi sosial muncul dalam situasi tersebut. Berita yang tersaji di media adalah produk dari interaksi wartawan dengan fakta. Realitas media massa merupakan realitas pengamatan kedua, sebagaimana yang dikatakan oleh Berger and Luckmann (2000) bahwa, "*The reality of the mass media is the reality of second-order observation. It replaces knowledge prescriptions which have been provided in other social formations by excellent positions of observation: by sages, priest, the nobility, the city, by religion or politically and ethically distinguished ways of life*".

Penggambaran yang dilakukan oleh media massa tentu saja bukanlah realitas peristiwa itu sendiri, karena itu tidak bisa disamakan antara

realitas dunia nyata peristiwa dengan apa yang diberitakan oleh media massa. Fiske dalam Sulhan (2006) memberikan penggambaran terkait bagaimana menghadirkan sebuah berita oleh seorang wartawan ke dalam tiga level. Yaitu, level *pertama*, terjadi peristiwa yang ditandakan (*encode*) sebagai realitas. Bagaimana peristiwa itu dikonstruksi sebagai realitas oleh wartawan media. Dalam bahasa gambar (khususnya televisi) hal ini selalu berhubungan dengan aspek-aspek konkret semisal pakaian, lingkungan, ucapan, dan ekspresi. Di sini, realitas selalu siap ditandakan, ketika kita menganggap dan mengkonstruksi peristiwa tersebut sebagai realitas. Pada level *kedua*, ketika kita memandang sesuatu sebagai realitas, pertanyaan berikutnya adalah bagaimana realitas itu digambarkan. Disini kita menggunakan perangkat secara teknis. Dalam bahasa tulis, alat teknis itu adalah kata, kalimat atau proposisi, grafik, dan sebagainya. Dalam bahasa gambar, alat itu berupa kamera, pencahayaan, editing, atau musik. Pemakaian kata-kata, kalimat, atau proposisi tertentu akan membawa suatu makna tertentu pula ketika diterima oleh khalayak. Level *ketiga*, pada tataran berikutnya adalah bagaimana peristiwa tersebut diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis.

Untuk dapat mengungkap rahasia dibalik sebuah perbedaan bahkan pertentangan media dalam mengungkapkan fakta serta bagaimana mengetahui realitas yang dibingkai oleh media, dalam tulisan ini penulis menggunakan analisis *framing* model Entman. Secara esensial, *framing* yang dilihat oleh Entman (1993) mengandung dua unsur utama yaitu seleksi dan penonjolan. Penonjolan atau penekanan kata itu sendiri adalah proses-proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Dalam konsepsi mengenai *framing*, Entman (1993, 2007) membaginya ke dalam empat elemen, yaitu: 1) *Define Problems* (pendefinisian masalah), 2) *Diagnose Causes* (pendiagnosian penyebab), 3) *Make Moral Judgements* (penilaian moral), dan 4) *Suggest Remedies* (solusi).

Jika dilihat dari perspektif komunikasi, analisis *framing* mengarah kepada sebuah metode analisis media yang dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Sehingga hasil dari pembingkaiannya tersebut dapat diketahui bahwa media lebih berpihak kepada siapa (apakah seorang tokoh, salah satu kelompok tertentu atau golongan). Secara positif istilah ideologi dipersepsi sebagai suatu pandangan dunia yang menyatakan nilai-nilai suatu kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Sedangkan secara negatif, ideologi dilihat sebagai kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial (Sobur, 2015). Tidak salah bila media menjadi tempat pertarungan ideologi antara kelompok-kelompok yang ada di masyarakat, karena media dipandang sebagai instrumen ideologi melalui kelompok yang menyebarkan pengaruh dan dominasinya kepada kelompok lain. Secara tidak sadar, ideologi kelompok dominan yang mendapatkan tempat dan dimapankan dalam pemberitaan. Dengan cara ini, tindakan, perbuatan atau ucapannya sebetulnya telah dikontrol dengan jalan tertentu untuk mendukung gagasan atau tindakan tertentu yang tidak disadari oleh orang (Eriyanto, 2002).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis isi media melalui teknik analisis *framing*. Untuk dapat menerapkan analisis *framing* dalam melihat bagaimana konstruksi yang dilakukan oleh media berita online *kompas.com* dan *suaramerdeka.com* dalam membingkai berita konflik pabrik semen, maka salah satu model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *framing* yang dikembangkan oleh Robert M. Entman. Ada empat elemen utama dalam *framing* yang ditawarkan oleh Entman, yaitu: *Define Problems* (pendefinisian masalah), *Diagnose Causes* (pendiagnosisan penyebab), *Make Moral Judgements* (penilaian moral),

dan *Suggest Remedies* (solusi). Namun, dalam penelitian ini hanya elemen *define problems* dan *diagnose causes* yang digunakan oleh penulis agar fokus melihat bagaimana peristiwa konflik dimaknai oleh wartawan dan untuk menunjukkan posisi serta keberpihakan media.

Sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan berita mengenai konflik yang terjadi pada pendirian pabrik semen yang dimuat di media berita online *kompas.com* dan *suaramerdeka.com* pada kurun waktu tahun 2015. Pemilihan pada rentang waktu tahun 2015 itu didasarkan atas pertimbangan bahwa terjadinya perseteruan pendirian pabrik semen dengan masyarakat menarik banyak *user/pengunjung/pembaca* media berita online, mulai dari masyarakat umum, akademisi, LSM, sampai lembaga pemerintahan.

Berita yang telah dikategorikan dengan kriteria yang terkait berita konflik pendirian pabrik semen kendeng di Kabupaten Pati dan Kabupaten Rembang, Jawa Tengah, sebanyak 25 topik berita yang diambil di *kompas.com* dan 30 topik berita yang diambil di *suaramerdeka.com*. Alasan memilih obyek ini, *Pertama*, konflik pabrik semen merupakan konflik kepentingan yang rentan terjadi di Indonesia dan selalu berulang. *Kedua*, pemberitaan konflik di media online kian menjadi kecenderungan baru yang kolektif dan menjadi sarana baru bagi kelompok-kelompok tertentu untuk berkomunikasi dan menyalurkan pendapatnya terkait persoalan yang terjadi di masyarakat, termasuk diantaranya konflik pendirian pabrik semen kendeng. *Ketiga*, penelitian lebih khusus terhadap *kompas.com* dan *suaramerdeka.com* untuk melihat fenomena konflik pabrik semen dibingkai dalam berbagai liputan seperti *hard news*, *soft news*, serta *features*, baik skala nasional maupun lokal. *Kompas.com* dipilih sebagai media berita online nasional yang memberitakan permasalahan pendirian pabrik semen kendeng dengan intensitas pemberitaan lebih banyak dibandingkan dengan media berita online nasional lainnya. Sedangkan dipilihnya *suaramerdeka.com* sebagai media berita online lokal dengan slogannya “Perekat Komunitas Jawa Tengah” yang mencerminkan

posisi dari media ini dan merupakan divisi usaha dari Suara Merdeka Group yang bergerak di bidang pemberitaan online.

Sumber data primer dari penelitian ini didapatkan dengan mengumpulkan semua berita-berita tentang konflik pabrik semen kendeng yang dimuat dalam media berita online *kompas.com* dan *suaramerdeka.com* pada kurun waktu tahun 2015. Untuk mendapatkan kedalaman makna dari hasil temuan analisis *framing*, maka dilengkapi dengan sumber data sekunder yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan PT. Semen Indonesia (persero) Tbk., wartawan/kontributor Semarang *kompas.com* dan wartawan *suaramerdeka.com*. Data sekunder lainnya diperoleh dari buku-buku ilmiah, hasil penelitian, dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian ini, serta sumber referensi lainnya dari pencarian di internet.

Hasil dan Pembahasan

Untuk melihat *framing* dan ideologi media pada *kompas.com* dan *suaramerdeka.com*, penulis membaginya ke dalam tiga kategori yaitu *pertama*, aksi perjuangan warga Kendeng, *kedua*, sidang gugatan pabrik semen kendeng, dan *ketiga*, peran Gubernur Jawa Tengah meredam konflik semen kendeng. Pemilihan kategori ini untuk melihat bagaimana pola *framing* *kompas.com* dan *suaramerdeka.com* yang diharapkan mampu menggambarkan *framing* pemberitaan konflik pabrik semen kendeng.

Framing Kompas.com: Konsistensi Perlawanan

1) Aksi Perjuangan Warga Kendeng.

Sepak terjang warga Kendeng dalam melawan pendirian pabrik semen senantiasa terekam dalam pemberitaan *kompas.com* dan dianggap sebagai konsistensi perlawanan warga Kendeng yang menolak pabrik semen. Media ini seakan memperlihatkan perlawanan warga menolak pabrik semen perlu diakomodir dan disuarakan. Ini terlihat pada pemberitaannya yang lebih banyak membahas aksi dukungan dan perlawanan

yang dilakukan oleh warga Kendeng serta pemilihan sumber berita dari satu pihak tertentu lebih menonjol dibandingkan dengan pihak lain. Media *kompas.com* memberi contoh konkret dalam topik berita berjudul “*Jelang Putusan Izin Pabrik Semen, Warga Jalan Kaki 122 Km ke Semarang*” pada tanggal 16 November 2015 secara jelas wartawan mengkonstruksi aksi warga jalan kaki sebagai rencana aksi simpatik warga penolak pabrik semen Pati. Sumber berita yang dihadirkan dalam berita adalah tokoh warga Sedulur Sikep Pati yang menjadi aktor aksi dan melihat aksi jalan kaki secara positif.

Sisi lain perjuangan masyarakat Kendeng penolak pabrik semen dimunculkan secara positif dalam topik berita tanggal 18 November 2015 berjudul “*Ketika Tangis Warga Tapak Semen Luluhkan Hakim*” yang membuat sadar para pihak bahwa pemerintah tak selamanya bisa memaksakan kuasanya kepada rakyat terutama hakim dalam memutuskan perkara melalui nuraninya dengan melihat sisi lain perjuangan warga Kendeng.

Begitu pula pada topik berita berjudul “*Kalah di Pengadilan Tinggi, Walhi Siapkan Memori Kasasi Semen Rembang*” pada tanggal 17 Desember 2015 yang memperlihatkan upaya perlawanan warga Rembang yang tidak berhenti meski mengalami nasib kalah di dua pengadilan. Isi berita ini membahas persoalan pengajuan memori kasasi Yayasan Walhi dan temuan barunya terkait kegagalan menggugat izin lingkungan PT Semen Indonesia di Rembang yang kandas baik di tingkat PTUN maupun pengadilan tinggi. Salah satu bahan yang diajukan ke tingkat Mahkamah Agung, seperti yang dikutip berita ini melalui sumber berita dari Muhnur Sathayaprabu (kuasa hukum warga yang juga manajer Kebijakan dan Pembelaan Hukum Walhi) adalah masalah lahan pengganti di Kendal yang bermasalah karena masih digunakan warga untuk bercocok tanam. Sementara itu,

di bagian lain berita ini juga mengungkap kembali alasan putusan hakim yang menolak gugatan warga Rembang dan Yayasan Walhi untuk menghentikan pendirian pabrik semen Indonesia di Rembang. Permasalahan yang ditunjukkan oleh media ini nampak jelas dari judul beritanya. Akibat gugatan izin lingkungan PT Semen Indonesia di Rembang kalah di Pengadilan Tinggi dan juga pengadilan sebelumnya di PTUN Semarang, mengakibatkan Yayasan Walhi menyiapkan pengajuan memori kasasi semen Rembang. Penyebab tersebut seperti dalam kutipan dari sumber berita ini yang mengatakan putusan di pengadilan tinggi menguatkan putusan sebelumnya. Akhirnya, kegagalan ini menjadikan pihak warga Rembang dan Yayasan Walhi mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung. Kesimpulan dari bingkai berita ini adalah meskipun kompas.com mengungkap temuan baru atas izin lingkungan PT Semen Indonesia dari rencana Yayasan Walhi yang mengajukan memori kasasi ke Mahkamah Agung, namun secara implisit hakim tetap memenangkan PT Semen Indonesia untuk tetap beroperasi membangun pabrik semen di Rembang.

Kompas.com sebagai media berita online nasional dengan *frame* humanisme-nya memiliki kecenderungan mengakomodir suara perlawanan warga Kendeng yang menolak pabrik semen. Aksi perjuangan warga Kendeng dilihat sebagai konsistensi perlawanan warga Kendeng menolak pabrik semen yang tidak melanggar asas kepatutan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Nurdin (2016) bahwa keberpihakannya adalah apa yang mereka lakukan itu disuarakan, meski keberpihakannya tidak mencolok. “Masing-masing pihak sama-sama mempunyai argumen dan tugas saya apa yang disampaikan masing-masing pihak saya tulis, tetapi saya sendiri memihak. Apa yang diperjuangkan oleh mereka mencari yang terbaik itu yang muncul asal tidak melanggar asas kepatutan saja,” (Nurdin, 2016).

2) Sidang Gugatan Pabrik Semen Kendeng. Media berita online *kompas.com* melihat sidang gugatan pabrik semen kendeng sebagai putusan hakim menangkan warga Pati dan menolak warga Rembang. Ini terlihat pada sebagian besar pemberitaan mengenai sidang gugatan lebih banyak pembahasannya kepada hakim PTUN Semarang yang menangani kasus konflik semen kendeng. Dalam pemberitaan “*Sidang 7,5 Jam, Hakim Akhirnya Menangkan Warga Pati soal Pabrik Semen*” pada tanggal 17 November 2015 cukup jelas mendefinisikan hakim memutuskan kemenangan warga Pati dalam sidang nonstop 7,5 jam. Untuk menguatkan keputusan majelis hakim PTUN Semarang yang memenangkan gugatan warga Pati, media ini memberitakannya dengan judul “*Izin Bupati Pati soal Semen Batal demi Hukum*” pada 17 November 2015 yang menegaskan kembali putusan hakim membatalkan izin Bupati Pati batal demi hukum dan wajib dicabut.

Begitu juga pada putusan hakim menolak gugatan warga Rembang dalam pemberitaan pada tanggal 16 April 2015 berjudul “*Hakim Putuskan PT Semen Indonesia Tetap Beroperasi di Rembang*” tampak jelas persoalan utama yang ingin ditekankan dalam berita ini adalah persoalan hakim telah memutuskan untuk menolak gugatan warga Rembang dan PT Semen Indonesia tetap beroperasi di Rembang. Dan untuk menguatkan putusan hakim, dalam pemberitaan pada tanggal yang sama 16 April 2015 dengan judul “*Ini Alasan Hakim Tolak Gugatan Warga Rembang soal Pabrik Semen*” sebagai penguatan atas alasan hakim PTUN Semarang menolak gugatan warga Rembang yang menurut media ini tidak perlu dibahas lebih lanjut karena sudah cukup jelas tenggang waktu gugatan telah kedaluarsa. Sumber berita yang menjadi pemberitaan tersebut dikutip dari pihak ketua hakim PTUN Semarang.

Berita ini merupakan kelanjutan dari berita sebelumnya mengenai putusan hakim yang menolak gugatan warga Rembang dan

Walhi terhadap pendirian pabrik semen di Rembang. Isi berita ini lebih menekankan alasan dari hakim menolak gugatan warga Rembang terkait pabrik semen karena pertimbangan gugatan telah kadaluarsa dan tidak lagi perlu mempertimbangkan alasan lainnya. Sehingga kegiatan pendirian pabrik semen Indonesia di Rembang tetap dilakukan. Bahkan, untuk *kompas.com* juga menyertakan *running news* atau tautan *link* berita sebelumnya untuk menguatkan lagi mengenai putusan hakim yang menolak gugatan warga.

Selain menjadikan ketua majelis hakim sebagai sumber berita, dalam berita ini juga menjadikan pihak penggugat yang ditolak oleh hakim sebagai sumber berita dengan mengatakan bahwa alasan penolakan gugatan warga Rembang oleh majelis hakim tidak begitu jelas batas waktu kedaluarsanya atau waktu 90 hari setelah SK Gubernur diumumkan dan tidak memeriksa pokok perkaranya. Meskipun media ini juga mengurai penilaian dari kuasa hukum penggugat, tetap saja penekanannya adalah pada alasan hakim yang menolak gugatan warga baik terlihat pada judul berita maupun pada *lead* berita.

Adanya batas waktu gugatan yang diajukan telah kadaluarsa menjadi penyebab persoalan dari alasan hakim memutuskan menolak gugatan warga Rembang beserta Yayasan Wahana Lingkungan Hidup Indonesia soal pabrik semen. Inilah yang menjadikan majelis hakim sebagai aktor atau pelaku dalam berita ini. Sehingga, kesimpulan dari bingkai berita ini adalah alasan hakim PTUN Semarang menolak gugatan warga Rembang tidak perlu dibahas lebih lanjut karena sudah cukup jelas tenggang waktu gugatan telah kadaluarsa.

3) Peran Gubernur Jawa Tengah

Meredam Konflik Semen Kendeng.

Bingkai *kompas.com* melihat peran Gubernur Jawa Tengah ini sebagai mediator konflik warga penolak pabrik semen. Terlihat dari pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo, Gubernur Jawa Tengah yang memosisikannya sebagai penengah polemik antara warga penolak pabrik semen

dengan Pemerintah Kabupaten Pati dan semen. Dalam pemberitaan "*Ganjar: Demo Boleh, tetapi Jangan Sampai Tutup Jalan*" tanggal 4 Agustus 2015 menggambarkan sosok Gubernur sebagai pihak penengah yang tidak memihak siapapun dan memenuhi aspirasi warga penolak pabrik semen Pati mempertemukannya dengan Bupati Pati.

Dalam berita ini Gubernur mengungkapkan bahwa kebebasan berpendapat memang dilindungi oleh konstitusi, namun Gubernur meminta kepada warga penolak pabrik semen Pati untuk tidak anarkis dengan menutup jalan dan memblokir jalan pantura karena itu merupakan tindakan pidana. Media ini selain mengungkapkan permintaan Gubernur dalam audiensi dengan puluhan warga Tambakromo, Pati yang menolak pendirian pabrik semen, juga menyatakan bahwa dirinya bukanlah dipihak semen maupun pihak kontra semen. Seperti yang dikutip *kompas.com* melalui sumber berita Ganjar Pranowo, Gubernur Jawa Tengah yang mengatakan bahwa dirinya ingin mendudukkan masalah ini dengan akal sehat.

Supaya berimbang, *kompas.com* juga mengutip sumber lain dari warga penolak pabrik semen Pati yang hadir dalam audiensi yang mengatakan kehadirannya sengaja untuk menemui Gubernur guna mengadukan Bupati Pati yang tidak mau mendengar aspirasi warga Pati terkait rencana pendirian pabrik semen di kawasan gunung Kendeng dan meminta Gubernur mengunjungi desanya serta memfasilitasi pertemuan dengan Bupati Pati.

Adanya permintaan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo disebabkan atas tindakan anarkis warga Pati penolak pabrik semen selaku aktor penyebab masalah. Mengutip pernyataan Gubernur Jawa Tengah dalam berita ini yang dulunya juga sering demo dan sekarang gantian di demo warga. Terkait kekhawatiran akan pendirian pabrik semen, warga dipersilakan untuk menyampaikan *uneg-unegnya* dengan cara baik dan mengawal proses gugatan yang sedang berlangsung. Gubernur juga berjanji untuk mengkomunikasikan

aspirasi warga untuk bertemu dengan Bupati Pati. Dengan demikian, bingkai dari berita ini adalah Gubernur digambarkan sebagai pihak yang tidak memihak siapapun dan berjanji untuk memenuhi aspirasi warga penolak pabrik semen Pati mempertemukannya dengan Bupati Pati.

Begitu pula pada topik berita berjudul “Janji Ganjar, Bupati, dan Warga Penolak Pabrik Semen...” pada tanggal 13 Agustus 2015 dipahami sebagai janji Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo untuk mempertemukan warga penolak pabrik semen Pati dengan Bupati Pati, Haryanto akhirnya terwujud dalam satu forum diskusi di Pendopo Kabupaten Pati. Disebutkan dalam berita ini, permasalahan yang diperbincangkan mengenai penerbitan dokumen dampak analisis lingkungan atau Amdal untuk izin kegiatan penambangan. Selain mengungkapkan keluh kesah warga penolak pabrik semen, juga mendengar jawaban dari Bupati Pati secara langsung. Namun, warga tetap saja tidak puas dengan jawaban dari Bupati.

Janji Gubernur Jawa Tengah kepada warga Pati penolak pabrik semen untuk bertemu dengan Bupati Pati terkait masalah keluarnya dokumen Amdal dari Bupati Pati menjadi sebab terwujudnya pertemuan tersebut. Dalam berita ini Gubernur Jawa Tengah diposisikan sebagai pelaku sekaligus penengah dari penyebab masalah. Pertemuan antara warga dan Bupati Pati, dapat terjadi lantaran adanya perantara Gubernur Jawa Tengah yang oleh media ini dijelaskan untuk menengahi polemik konflik warga dan bupati dalam menemukan titik temu permasalahan. Bahkan *kompas.com* memberikan *running news* atau tautan *link* berita sebelumnya untuk memperkuat peran Gubernur Jawa Tengah dalam konflik warga penolak pabrik semen Pati dengan Bupati Pati. Secara khusus Gubernur meminta kepada Bupati Pati untuk terus mengajak dialog atau rembugan dengan warga. Secara keseluruhan, bingkai berita ini adalah peran Gubernur Jawa Tengah sebagai penengah mempertemukan warga penolak pabrik semen Pati yang berpolemik dengan Bupati Pati.

Pengambilan tokoh sebagai sumber

berita dalam pemberitaan merupakan kasus unik yang dapat menarik perhatian pembaca. Kasus-kasus yang unik tersebut adalah kasus-kasus yang ‘*remeh temeh*’ melibatkan orang-orang besar, aktivis, yang media lain tidak ambil. Sebagaimana yang diungkap oleh Nurdin (2016) bahwa kasus-kasus yang unik dari segi *human interest*-nya itu sangat laku di kompas online terutama berita dari daerah. Mencari sisi lain dari para tokoh dengan perspektif Jakarta dengan lokal karena versi orang Jakarta sama versi orang daerah berbeda.

Framing Suaramerdeka.com: Religiusitas dan Kepegiatan

1) Aksi Perjuangan Warga Kendeng.

Media berita online lokal *suaramerdeka.com* melihat aksi perjuangan warga Kendeng dimaknai sebagai religiusitas warga pro semen dan kepegiatan warga kontra semen Kendeng. Ini terlihat dalam salah satu pemberitaannya tanggal 2 April 2015 berjudul “Pendukung Pabrik Semen Indonesia Gelar Doa Bersama di PTUN” tampak media ini membahas pendukung pendirian pabrik semen di Rembang, sehingga keberpihakan terhadap satu pihak yaitu pro semen Rembang terlihat. Para pendukung pabrik semen Indonesia ini digambarkan dengan melakukan aksi doa bersama dan bersholat di depan PTUN Semarang dalam rangka mengawal sidang gugatan ijin pendirian pabrik semen Rembang. Bagus, warga ring satu Tegaldowo, Rembang yang menjadi satu-satunya sumber berita ini, mengungkapkan bahwa keberadaan semen Indonesia terbukti bermanfaat dan dirinya mendukung 1000 persen pendirian pabrik semen karena terbukti warga Kendeng sudah merasakan manfaatnya dengan hidup damai dan sejahtera. Penyebab kedatangan ratusan massa pendukung pabrik semen Rembang adalah untuk mendukung keberadaan pendirian pabrik semen Indonesia di Rembang dalam sidang putusan PTUN Semarang terhadap izin pendirian pabrik semen Rembang. Selama aksi ini dilakukan,

suaramerdeka.com menggambarkan warga Kendeng pendukung pabrik semen Indonesia tidak terprovokasi oleh oknum di luar warga Kendeng. Sehingga, bingkai dari berita ini adalah warga Kendeng pro semen Rembang mendukung penuh pendirian pabrik semen Rembang karena terbukti hidupnya damai dan sejahtera dengan adanya pabrik semen.

Begitu pula berita tanggal 16 April 2015 berjudul “*Kelompok Pro Semen Rembang Gelar Doa Bersama*” yang menggambarkan warga pro semen Rembang beraksi dengan memanjatkan doa dan melantunkan sholawatan. Sedangkan warga kontra semen Pati dalam judul pemberitaan “*Tolak Pabrik Semen, Warga Jalan Kaki dari Pati ke Semarang*” pada tanggal 17 November 2015 dikonstruksi bukan sebagai aksi yang mencari sensasi namun sebagai upaya warga Pati menolak pabrik semen Pati melakukan aksi jalan kaki dari Pati ke Semarang agar pemerintah memperhatikan aspirasi warga Pati. Digambarkan pula warga rela bekerja keras memeras keringat melakukan aksi jalan kaki dari Pati ke Semarang dengan harapan majelis hakim PTUN Semarang mengabulkan tuntutananya. Sumber berita yang dihadirkan dalam berita ini adalah Gunretno, koordinator JMPPK melihat aksi berjalan kaki juga secara positif.

Media *suaramerdeka.com* ini berusaha untuk menghindari pemberitaan konflik dengan memberitakan secara proporsional antara pro semen kendeng dan kontra semen kendeng. Dengan *frame News* Aktualnya mengakomodir semua elemen yang berkonflik baik yang berpihak pada semen, dan pihak yang kontra semen, maupun yang netral. Menurut Luhur (2016) apa yang mereka perjuangkan harus diungkap sesuai dengan wawancara yang ditulis, namun tetap harus proporsional mendengar dari pihak semen. sehingga ada sisi warga juga ada sisi semennya.

2) Sidang Gugatan Pabrik Semen Kendeng. Portal lokal *suaramerdeka.com* lebih mengungkap kemenangan warga Kendeng kebenaran Yang Maha Kuasa dan optimisme kubu Rembang. Kemenangan warga Kendeng merupakan keputusan

dari majelis hakim PTUN Semarang yang dianggap sebagai kebenaran yang diberikan Yang Maha Kuasa karena berhasil mengungkap adanya manipulasi pelanggaran Perda RTRW (Rencana Tata Ruang Wilayah) Kabupaten Pati. Sebagaimana terlihat dalam pemberitaan tanggal 17 November 2015 dengan topik berjudul “*Warga Kendeng Menangkan Gugatan*” dan topik berita tanggal 18 November 2015 berjudul “*Putusan Majelis Hakim, Kebenaran dari Yang Maha Kuasa*” yang sama-sama menggambarkan kemenangan masyarakat Kendeng yang sebelumnya pesimis bakal menang karena beranggapan pengadilan hanya milik orang berpunya. Oleh karena itu, kemenangan ini dianggap sebagai kebenaran dari Yang Maha Kuasa. Sayangnya, sumber berita yang diambil mengenai putusan hakim memenangkan gugatan warga bukan berasal dari sumber berita mengutip ketua majelis hakim namun mengutip dari sumber yang dilansir oleh media ini.

Sedangkan bingkai berita terkait semen Rembang cenderung menempatkan kedua kubu yang saling klaim optimis menang seperti tampak jelas dalam topik pemberitaan tanggal 5 April 2015 berjudul “*Soal Izin Lingkungan Pabrik Semen, Dua Kubu Optimis Menang*”. Judul berita dan *lead* berita dengan jelas melihat permasalahan dua kubu yaitu antara Walhi selaku penggugat dan kubu tergugat II PT Semen Indonesia yang sama-sama saling klaim optimis bakal menang. Di sini media *suaramerdeka.com* secara proporsional memberitakannya dengan mengutip sumber berita dari kedua belah pihak. Media ini menjelaskan dengan mengutip kedua belah pihak sebagai sumber berita, bahwa dalam perkara ini, pihak Walhi meminta SK Gubernur Jateng Nomor 668.1/17 Tahun 2012 tentang Izin Lingkungan Kegiatan Penambangan oleh PT Semen Gresik (Persero) Tbk di Kabupaten Rembang supaya dicabut. Sedangkan di pihak PT Semen Indonesia menilai langkah penggugat yang melapor ke Komisi Yudisial untuk mengintervensi hakim merupakan sikap frustrasi

di luar hukum. Persoalan izin lingkungan pabrik semen yang menjadi penyebab terjadinya kedua kubu sekaligus oleh media ini diposisikan sebagai aktor penyebab saling klaim optimis bakal memenangkan gugatan di PTUN Semarang. Dalam sidang terakhir, Walhi menyerahkan 130 halaman kesimpulan berikut lampiran atas gugatannya. Sedangkan PT Semen Indonesia menyerahkan 136 halaman kesimpulan serta ratusan lembar lampirannya. Bingkai berita ini adalah saling klaim bakal menangkan gugatan antara Walhi dan PT Semen Indonesia.

3) Peran Gubernur Jawa Tengah Meredam Konflik Semen Kendeng.

Dalam melihat peran Gubernur Jawa Tengah meredam konflik semen Kendeng, media ini memaknai peran Gubernur Ganjar dengan penunji janji warga penolak pabrik semen, yaitu janji meninjau lokasi tapak pabrik semen yang akan dijadikan lokasi pembangunan pabrik semen Pati. Ini terlihat dalam pemberitaan "*Gubernur Cek Tapak Pabrik Semen Pati*" pada tanggal 5 November 2015 yang membingkai Gubernur sebagai sosok pejabat yang memenuhi janjinya kepada warga. Berita ini menceritakan masalah pemenuhan janji yang ditepati oleh Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo kepada warga Pati untuk melihat secara langsung lokasi rencana dijadikan tapak pabrik semen PT Sahabat Mulia Sakti (SMS) di Kabupaten Pati. Dalam kerumunan warga penolak pabrik semen, Gubernur digambarkan oleh media ini memberikan penjelasan kepada warga yang hadir mengenai tapak pabrik semen yang akan dijadikan lokasi pendirian pabrik semen. Di depan warga penolak pabrik semen Pati, Ganjar mempersilakan untuk mendirikan pabrik, namun dengan catatan harus memenuhi persyaratan dan masyarakat diajak berembug dalam prosesnya. Media ini juga mengutip pernyataan tokoh setempat Gunretno yang menyatakan PT SMS berencana mendirikan pabrik semen di empat desa dan penolakan pabrik

semen di kawasan karst adalah harga mati.

Lead berita ini menerangkan penyebab dari tinjauan Gubernur Jawa Tengah ke lokasi tapak pabrik semen Pati, yaitu untuk memenuhi janjinya saat Ngopi Bareng Gubernur di Pendapa Pemkab Pati. Di sini gubernur digambarkan sebagai pejabat yang memenuhi janji kepada warga, sehingga media ini memosisikan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo sebagai pelaku penyebab masalahnya. Secara keseluruhan, bingkai berita ini adalah Gubernur Jawa Tengah memenuhi janji kepada warga Pati untuk meninjau langsung lokasi tapak pabrik semen yang dijadikan pabrik semen oleh PT SMS. Dalam isu konflik pabrik semen Rembang, penulis tidak melihat peran Gubernur dalam kasus konflik pabrik semen di Rembang.

Simpulan

Pemaknaan yang berbeda-beda dalam mengemas peristiwa konflik pendirian pabrik semen kendeng di media berita online nasional *kompas.com* dan media berita online lokal *suaramerdeka.com* tidak terlepas dari ideologi yang dianut oleh masing-masing media serta ideologi di tingkat kultur masyarakat Pati dan Rembang. Ideologi yang ditunjukkan oleh media beritaonlinenasional *kompas.com* lebih cenderung memberikan porsi lebih dominan kepada salah satu pihak yang berkonflik dengan nilai-nilai ideologi kelompok yang tercermin dalam tingkah laku kehidupan kesehariannya. Sementara media berita online lokal *suaramerdeka.com* relatif proporsional dalam memberitakan pihak pro dan kontra pabrik semen kendeng.

Ideologi di tingkat kultur masyarakat, konteks kultur warga Samin yang berjuang melawan pendirian pabrik semen kendeng di wilayah Kabupaten Pati akan sangat berbeda dengan konteks kultur warga Rembang yang juga berjuang melawan pendirian pabrik semen kendeng di wilayah Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Warga Samin dikenal identik dengan sejarah perlawanan atau karakter

keras kepalanya yang hidupnya hanya mengandalkan dari hasil pertanian karena ajaran budaya tidak memperbolehkan untuk berdagang, sementara warga Rembang dikenal identik dengan kelompok pesantrennya yang kuat sehingga sangat erat kaitannya dengan karakter religius masyarakatnya.

Catatan metodologis, konsep analisis *framing* model Robert M. Entman konteks konflik pabrik semen kendeng ini memiliki kelebihan pada aspek penekanan atau penonjolan bagaimana seorang wartawan mendefinisikan atau memahami sebuah realitas permasalahan konflik yang terjadi. Dari sini akan terlihat jelas di mana posisi keberpihakan media pada kelompok yang sedang bertikai. Namun, sepanjang menggunakan teori Entman ini khususnya pada elemen *define problem* yang masih terasa kelemahannya, penulis sering mengalami pemahaman yang berubah-ubah atau ambigu dalam mendefinisikan permasalahan konflik pabrik semen kendeng sehingga berdampak pada pemahaman pada elemen berikutnya. Aspek pemilihan fakta dan bagaimana isu/peristiwa konflik pabrik semen kendeng dipahami oleh wartawan juga menjadikan kelemahan konsep *framing* Entman ini karena tidak secara detail membahas mengenai bagaimana pemilihan fakta oleh wartawan itu ditekankan sehingga faktor kultural yang melatarbelakangi peristiwa konflik pabrik semen kendeng tidak nampak.

Daftar Pustaka

- Barrat, David. (1994). *Media Sociology*. London and New York: Routledge.
- Berger, Peter L., & Luckmann, Thomas. (2000). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. California: Stanford University Press.
- Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, Robert M. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57, 163-173.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (Maret 2011 ed.). Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Eriyanto. (2012). *Analisa Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (II ed.). Yogyakarta: LKiS.
- Galtung, Johan. (2007). Introduction: peace by peaceful conflict transformation – the TRANSCEND approach. In C. W. a. J. Galtung (Ed.), *Handbook of Peace and Conflict Studies. USA and Canada*: Routledge.
- Luhur, Puthut Ami. (2016). Wawancara Tentang Redaksi suaramerdeka.com dan Pemberitaan Konflik Pabrik Semen Kendeng. Semarang.: Wartawan suaramerdeka.com Desk Politik dan Pendidikan.
- Nurdin, Nazar. (2016). Wawancara Tentang Redaksi kompas.com dan Pemberitaan Konflik Pabrik Semen Kendeng. Semarang, Jawa Tengah: Wartawan kompas.com Kontributor Semarang.
- PSKP-UGM. (2015). *Laporan Penelitian Pusat Studi Keamanan dan Perdamaian (PSKP) UGM: Identifikasi Dan Analisis Pemetaan Data Kebutuhan Penanganan Daerah Paska Konflik Wilayah Kabupaten Rembang, Jawa Tengah*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Putnam, Linda L. (2006). Definitions and Approaches to Conflict and Communication. *The Sage Handbook of Conflict Communication: Integrating Theory, Research, and Practice*, 1-32.
- Sobur, Alex. (2015). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Simiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sulhan, Muhamad. (2006). *Dayak yang Menang Indonesia yang Malang Representasi Identitas Etnik Dayak di Media Massa*. Yogyakarta: Fisipol UGM.
- Susan, Novri. (2009). *Sosiologi Konflik dan Isu-Isu Konflik Kontemporer*. Jakarta: Prenada Media Jakarta.

Anonimitas di Media Sosial: Sarana Kebebasan Berekspresi atau Patologi Demokrasi?

Nurul Hasfi, Sunyoto Usmand dan Hedi Pudjo Santosa
Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Undip, Semarang
Jl. Prof Soedharto, Tembalang, Semarang Telp.024.7465408
Email: uul58@yahoo.com

Abstract

Anonymity is crucial medium of democracy that is used for guaranting freedom of expressing freely without fear. The study was conducted to identify the role of anonym Twitter account that taking part in the political communication process during 2014 Indonesian presidential election. By applying Critical Discourse Analysis (CDA) this study identified texts produced by anonym Twitter account discussing about precidential candidate figure and explore their roles in the political communication. The results of the study reflect that anonym Twitter accounts do not support freedom of expression but contrary it is involved in elite political contestation. Political debates among anonym Twitter accounts create pathology of democracy degradates democratization process in social media.

Keywords: anonimity, Twitter, Digital Democracy, Patology of Democracy

Abstrak

Anonimitas merupakan bagian penting dalam demokrasi sebagai sarana untuk mengemukakan pendapat tanpa rasa takut. Studi ini mengidentifikasi peran akun anonim di media sosial dalam proses diskusi politik pada pemilu presiden 2014. Dengan metode analisis wacana kritis studi ini mengidentifikasi teks-teks yang diproduksi akun-akun Twitter anonim dalam mendiskusikan sosok calon presiden 2014 serta mengidentifikasi peran mereka dalam proses demokrasi politik. Analisis teks memperlihatkan akun anonim tidak berperan dalam mendukung kebebasan berekspresi publik namun sebaliknya justru menjadi alat kekuasaan elite. Debat politik antar akun anonim justru manjadi patologi yang mendegradasi proses demokrasi di media sosial.

Kata Kunci: anonimitas, Twitter, demokrasi digital, patologi Demokrasi

Pendahuluan

Meski belum ada pengaturan tentang anonimitas di Indonesia, perkembangan teknologi internet yang pesat di Indonesia sejak awal tahun 2000-an telah menjadi ruang tumbuhnya fenomena anonimitas dalam berbagai medium mulai dari web, blog, email hingga situs terpopuler yakni media sosial. Diakui, anonimitas

di media sosial menjadi fenomena unik dalam praktik demokrasi di Indonesia. Disatu sisi keberadaan mereka telah menjamin kebebasan berekspresi bagi masyarakat Indonesia, namun disisi lain memunculkan permasalahan terutama problematika transparansi dan akuntabilitas infomasi yang mereka bawa.

Anonimitas berasal dari kata Yunani

yang berarti ‘tanpa nama’ yang dipakai untuk mengidentifikasi obyek baik berupa manusia ataupun benda (Chawki, 2008: 1). Di negara demokrasi terbesar di dunia Amerika, anonimitas dijamin *First Amendment* yang mengatur kebebasan berpendapat disana. Akdeniz (2002, 230) yang meneliti anonimitas, demokrasi dan ruang siber juga menyebut bahwa *European Court of Human Rights (ECHR)* menegaskan anonimitas merupakan fasilitator kebebasan berekspresi. Dari sudut pandang tersebut bisa dikatakan bahwa anonimitas merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam praktik menyampaikan pendapat dengan bebas.

Dalam konteks anonimitas di dunia maya, Pavliček (2005, 10) membagi anonimitas dalam berbagai level. Semakin mudah pihak luar menjangkau identitas akun maka level anonimitas semakin rendah. Logikanya semakin mudah menjangkau identitas akun anonim maka proses verifikasi kebenaran atas informasi yang disampaikan semakin terbuka. Merujuk pada pendapat Pavliček tersebut, penelitian ini menggolongkan akun Twitter anonim yang menjadi sampel penelitian ini sebagai *pseudonym (pseudo anonym)*. Dalam anonimitas di internet *pseudonym* memiliki nama permanen yang dilindungi dengan *password*. Pihak luar juga dapat mengakses IP address komputer yang dipakainya sehingga keberadaannya dapat terlacak. *Pseudonym* berbeda dengan *fully anonymous status* misalnya yang memblokir IP address – nya sehingga tidak memungkinkan pihak luar melacak keberadaannya. *Pseudonym* juga berbeda dengan level anonimitas yang disebut *identity status* yang menyediakan identitas seperti nomor telepon, alamat rumah atau kantor yang memungkinkan pihak luar melacaknya di dunia nyata. Akun anonim di media sosial yang menjadi obyek penelitian tidak menyediakan ruang konfirmasi yang memadai, karena diskusi hanya sebaras dilakukan di media sosial saja.

Berbagai penelitian tentang anonimitas telah banyak dilakukan. Chawki (2006:7) yang berfokus pada penggunaan anonimitas

untuk diskusi online tentang korban kekerasan seksual, isu minoritas dan korban perang. Ia menyoroti anonimitas yang memfasilitasi warga korban kekerasan melaporkan tindak kekerasan yang dialaminya melalui email yang mampu menghilangkan jejak identitas pengirim. Sementara Akdeniz (2002, 227) berfokus pada anonimitas yang difasilitasi oleh sebuah institusi bernama *Hush Communication & Cyber Liberties*. Website yang dibuat menyediakan ruang bagi korban perang untuk melaporkan kejahatan perang atau warga di negara represif yang melaporkan pelanggaran HAM tanpa diketahui identitasnya. Sementara Zajác (2013, 1) membahas anonimitas dengan berfokus pada kasus konflik antara WikiLeaks dengan pemerintah US terkait kebocoran setengah juta dokumen rahasia kebijakan militer dan diplomasi pemerintah US melalui WikiLeaks. Zajác menegaskan kasus WikiLeaks vs pemerintah US menjadi isu yang semakin memperkuat posisi pro anonimitas – melihat anonimitas sebagai alat penting bagi pengkritik (*wistleblower*) dalam demokrasi – sekaligus memperuncing konflik dengan mereka yang berpendapat bahwa produk anonimitas kurang akuntabel (*lack of accountability*).

Berbagai studi tentang anonimitas di berbagai konteks diatas, mendorong peneliti untuk melihat peran anonimitas dalam konteks politik di Indonesia dengan berfokus pada aktivitas akun Twitter anonim pada perdebatan politik pemilu presiden 2014. Benarkah akun-akun anonim dalam konteks diskusi politik di Indonesia ini juga membawa pesan demokrasi bagi publik Indonesia. Peneliti mengidentifikasi sebuah permasalahan yang muncul akhir-akhir ini terutama adanya indikasi keterlibatan akun-akun Twitter anonim dalam kontestasi politik di tingkat elite dan keterlibatan mereka dalam memproduksi wacana-wacana sensitif SARA yang membahayakan persatuan dan kesatuan bangsa.

Penelitian ini juga diharapkan menyumbangkan diskusi tentang perdebatan politik online dalam konteks pemilu presiden

2014. Salah satu penelitian terkait dengan anonimitas dalam konteks pemilu. Salah satu penelitian tentang pemilu presiden 2014 yang memiliki kedekatan dengan penelitian yakni yang dilakukan oleh Wadipalapa (2015) yang membahas kontestasi pesan politik dalam media melalui teks berupa meme yang menyembunyikan praktik-praktik kekuasaan.

Dalam konteks perhelatan politik seperti pilpres, nampaknya peran media sosial tidak lagi mendorong demokrasi sebagaimana gerakan online ‘Koin untuk Prita’ dan Cicak vs Buaya (Marlyna, 2013:1; Gazali, 2014: 433) atau gerakan sosial #SaveSatinah di Twitter (Sari, 2015). Berangkat dari permasalahan tersebut, artikel ini ingin mendapatkan gambaran komprehensif tentang peran anonimitas di media sosial dalam proses demokrasi di Indonesia. Untuk bisa mengidentifikasi peran akun Twitter anonim dalam perdebatan politik tersebut, maka penelitian ini melakukan analisis wacana kritis terhadap teks-teks yang mereka produksi selama pemilu presiden 2014. Analisis terhadap teks tersebut diharapkan mampu a) menggambarkan isu dominan yang diperdebatkan para akun anonim ini; b) Bagaimana isu dominan yang dimaksud merepresentasi Jokowi dan Prabowo; c) praktik kekuasaan yang melatar-belakangi aktivitas produksi wacana capres oleh akun Twitter Anonim; d) peran akun Twitter anonim dalam proses demokrasi

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian

kualitatif dengan metode utama analisis wacana kritis atau *Critical Discourse Analysis (CDA)* yang dikembangkan oleh Fairclough (1989, 1992, 1995). Ada tiga 3 dimensi kerangka kerja CDA Fairclough (1992, 73-91) yang diterapkan dalam penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian, yakni; 1) *text analysis*; 2) *discourse practice*; dan 3) *sociocultural practice*. Peneliti memfokuskan analisis teks untuk menjawab pertanyaan tentang isu dominan yang terbangun dan representasi Jokowi dan Prabowo yang terbentuk. Analisis praktik diskursif (*discourse practice*) merupakan analisis terhadap produksi, konsumsi dan distribusi wacana yang dibangun akun Twitter anonim. Analisis ini membantu peneliti mengidentifikasi pola diskusi politik yang dilakukan akun Twitter anonim. Sementara pada analisis sosio-kultural (*socio-cultural*) secara khusus dipakai untuk mengidentifikasi praktik kekuasaan yang tersembunyi dibalik representasi calon presiden.

Data penelitian ini meliputi teks (interaksi pembicaraan, grafis, meme, karikatur, foto) yang diproduksi tiga akun anonim @PartaiSocmed, @pkspiyungan dan @TrioMacan2000 1,5 bulan sebelum pemilu presiden 2014. Ketiga akun Twitter anonim ini dipilih berdasarkan dua pertimbangan; a) ketiganya memiliki pengikut (*follower*) tinggi yang analoginya pesan yang mereka buat efektif dikonsumsi netizen dan berdampak pada proses diskusi politik di Twitter; b) mereka aktif dalam memproduksi wacana calon presiden 2014 dan terlibat dalam diskusi politik mengenai hal tersebut.

Tabel 1 Deskripsi Akun Anonim dalam Pilpres 2014

| | @PartaiSocmed | @TrioMacan2000 | @pkspiyungan |
|------------------------------|-----------------------------|--|---|
| Waktu Berdiri | Oktober 2012 | April 2012 | November 2010 |
| Pengikut (<i>Follower</i>) | Mei: 42.929 Juli: 67.234 | Mei: 788.468 Juni: 809.301 | Mei: 55.882 Juli: 66.722 |
| Status saat ini (2017) | Aktif | Non-aktif 13 Juni 2014 di <i>suspends</i> Twitter. Kemudian berganti nama @TM2000Back dan @TheRoninWar namun ber- <i>follower</i> rendah | Aktif namun berganti nama akun @maspiyungan |

Hasil dan Pembahasan

Kontestasi Wacana Calon Presiden oleh Akun Twitter Anonim

Analisis teks akun Twitter anonim merefleksikan setidaknya delapan isu yang dibangun oleh akun Twitter anonim terkait dengan calon presiden 2014 dalam usaha merepresentasikan kedua kandidat (Tabel 2). Identifikasi isu dan representasi yang terbentuk ini sekaligus merefleksikan keberpihakan politik mereka. Akun @partaisocmed teridentifikasi membawa wacana yang mendukung pencalonan Jokowi, sementara akun @TrioMacan2000 dan @pkspiyungan teridentifikasi memiliki posisi politik mendukung Prabowo.

Pertama, isu dukungan kelompok agama,

kontestasi akun Twitter anonim berfokus usaha penggunaan kelompok agama mayoritas yakni Islam untuk membangun representasi calon presiden ideal dan menggunakan kelompok agama minoritas untuk membangun representasi calon presiden tidak ideal. Alat yang dipakai untuk merepresentasikan capres ideal yakni dukungan Islam. Bagian ini memunculkan oposisi biner (*binner oposition*) dimana pihak Jokowi direpresentasikan mendapat dukungan Islam tradisional yang diwakili oleh dukungan PKB yang membawa simbol Nahdlatul Ulama (NU), bersaing dengan representasi ideologi Islam modernis yang melekat ormas Islam Muhammadiyah yang dalam konteks pemilu presiden 2014 lebih dekat dengan empat partai

Tabel 2. Isu dan Representasi Jokowi dan Prabowo oleh Akun Twitter Anonim

| No | Isu Dominan | @Partaisocmed | @pkspiyungan | @TrioMacan2000 |
|----|----------------------------------|--|--|---|
| 1 | Dukungan kelompok agama | Jokowi didukung Islam Moderat/ Tradisional | Prabowo didukung Islam Modern | Jokowi didukung Katolik, Kristen, Syiah, Ahmadiyah, JIL |
| 2 | Identitas | Jokowi Jawa-Muslim Jokowi Sholat, menjadi Imam sholat, Umroh, bergelar Haji | Jokowi Katolik, Kejawen tak bisa Sholat dan Wudlu, Jokowi Cina-Katolik. Prabowo Muslim. | Jokowi Katolik, Jokowi Kejawen Jokowi tak bisa Sholat dan Wudlu Jokowi Cina-Katolik |
| 3 | HAM | Prabowo melanggar HAM | Prabowo Tidak Melanggar HAM | Prabowo tidak melanggar HAM, Prabowo Jendral yang terbuang |
| 4 | Korupsi | Prabowo korupsi, Jokowi anti korupsi. | Jokowi Korupsi, Jokowi berpolitik transaksional | Revolusi mental gagal, Jokowi korupsi saat jadi walikota, Jokowi Korupsi bus Trans Jakarta. |
| 5 | Kepemimpinan (<i>Leadship</i>) | Prabowo penerus Orba, Prabowo boneka asing, Prabowo ditolak asing | Prabowo Tegas, <i>decision maker</i> | Jokowi Boneka: Boneka Asing, Boneka Militer Prabowo disegani Asing |

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| 6 | Ideologi: Zionis, Fasisme, Komunis, orde baru dan Nasionalisme | Pendukung Prabowo Komunis Zionis Israel* Prabowo Fasisme, Prabowo pengagum Hitler, Prabowo penerus rezin orba | Pendukung Jokowi PKI: anarkis, dan rencana penghapusan kolom agama di KTP Prabowo Nasionalis: penerus Soekarno, bukan antheK asing, macam asia | Jokowi Komunis: Ayah Jokowi PKI |
| 7 | SDA | Prabowo didukung mafia migas | - | Jokowi didukung cukong Cina |
| 8 | Tampilan Fisik | Jokowi mirip Jendral Soedirman Prabowo seperti diktaktor Idi Amin | Prabowo jantan, ganteng, tegab dan kekar Jokowi klemer-klemer | Prabowo gagah Jokowi epilepsi, badut <i>jongos, klemer,</i> kurang gizi |
| Sumber: Teks Twitter 1 Mei – 9 Juli 2014 | | | | |

Islam pendukung Prabowo yakni PAN, PKS, PPP dan PBB. Representasi dengan alat legitimasi dukungan kelompok agama ini cukup intens berlangsung di Twitter sehingga memunculkan nuansa politik Islam dan politik aliran.

Selanjutnya, dalam melemahkan kekuatan lawan, akun anonim menggunakan alat berupa identitas kelompok agama minoritas dimana pihak Jokowi direpresentasikan sebagai sosok yang didukung Katolik/ Kristen yang dilegitimasi dengan foto-toro kedekatan Jokowi dengan konglomerat beragama Katolik. Selain itu, Jokowi juga direpresentasikan didukung kelompok minoritas berbasis keagamaan lainnya seperti Syiah, Ahmadiyah dan Jamaah Islam Liberal. Serangan akun anonim Prabowo terhadap Jokowi tersebut di-*counter* akun @PartaiSocmed dengan merepresentasikan Prabowo didukung kelompok Islam fundamentalis Front Pembela Islam (FPI) yang dalam konteks Indonesia juga merupakan kelompok minoritas agama yang belum diterima mayoritas masyarakat muslim Indonesia.

Kedua, perdebatan wacana akun anonim juga menggunakan isu identitas yang merepresentasikan capres ideal dengan identitas

Muslim-Jawa, sementara capres tidak ideal diidentifikasi sebagai sosok Cina-Katolik. Dalam melegitimasi identitas Islam, baik akun pendukung Jokowi maupun Prabowo sama-sama menggunakan kriteria berupa kemampuan masing-masing calon presiden dalam menjalankan ritual Islam seperti sholat, wudlu, berpuasa, shalat Jumat, umroh dan naik haji. Jokowi mendapatkan serangan cukup keras berupa representasi capres Cina-Katolik-Kejawen. Wacana negatif terhadap Jokowi tersebut di-*counter* dengan wacana Jokowi Islam yang ditunjukkan dengan teks (foto-foto) yang memperlihatkan Jokowi sedang menjalankan ibadah seperti menjadi imam sholat, sholat Jumat, umroh dan naik haji. Sementara, Prabowo tidak banyak diserang dengan cara tersebut karena kuatnya representasi Islam padanya yang dilekatkan oleh dukungan mayoritas partai Islam.

Konstruksi identitas calon presiden ideal seorang Moslem-Jawa tidak muncul begitu saja. Identitas tersebut telah menjadi konstruksi lama kepemimpinan politik di Indonesia. Berbagai penelitian terdahulu yang dilakukan dari perspektif non-teks mengemukakan bahwa presiden yang diinginkan masyarakat Indonesia

merupakan mereka yang ber-etnis Jawa (Irawanto, Philip & Ryan, 2011; Syamsudin, 1993; Freeland, 2007); beragama Islam (Syamsudin, 1993).

Ketiga, isu pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM) tidak muncul secara tiba-tiba namun dilatar belakangi oleh sejarah pelanggaran HAM yang dialami oleh Prabowo di masa lalu. Sebagaimana kita ketahui, Prabowo menjadi aktor yang disebut terlibat dalam penculikan dan pembunuhan aktivis 98. Dalam kontestasi menggunakan isu HAM ini, capres ideal direpresentasikan sebagai capres yang bersih dari pelanggaran HAM, sebaliknya capres tidak ideal direpresentasikan sebagai sosok yang pernah terlibat dalam pelanggaran HAM. Akun anonim pendukung Jokowi @PartaiSocmed keras merepresentasikan wacana Prabowo melanggar HAM yang disaingi dengan wacana sebaliknya oleh akun pendukung Prabowo yakni 'Prabowo bukan melanggar HAM'. Akun anonim pro Prabowo juga mencoba meng-counter wacana pelanggaran HAM yang menyerangnya dengan mengkonstruksi wacana Jokowi didukung jendral melanggar HAM, serta membangun apoligi dengan merepresentasikan Prabowo sebagai korban fitnah para Jendral dan Prabowo sebagai jendral yang terbuang.

Keempat, isu korupsi terutama dipakai untuk menyerang Jokowi dan banyak diproduksi oleh akun @TrioMacan2000. Representasi yang dibangun diantaranya keterlibatan Jokowi dalam kasus korupsi bus Trans Jakarta dan korupsi yang dilakukan Jokowi saat menjabat sebagai walikota Semarang. Dalam konstruksi wacana Jokowi korupsi ini juga muncul propaganda *namacalling* yang menyebut 'Jokowi pembohong' dan 'Jokowi tidak jujur'. Representasi negatif Jokowi tersebut dilemahkan akun @PartaiSocmed dengan representasi Prabowo berpolitik transaksional dan Prabowo didukung para koruptor. Koruptor yang dimaksud salah satunya Surya Dharma Ali yang ditangkap KPK menjelang pilpres setelah ditetapkan sebagai tersangka korupsi dana Haji. Pada pada saat itu Surya Dharma Ali merupakan Ketua Umum Partai Persatuan Pembangunan

(PPP) yang sempat diusulkan akan mendampingi Prabowo dalam pemilu presiden.

Kelima, representasi kepemimpinan calon presiden berkutat seputar definisi sosok calon presiden ideal yang tegas dan pembuat keputusan (*decision maker*). Wacana ini tidak muncul begitu saja namun memiliki konteks dimana Jokowi merupakan sosok yang sejak awal direpresentasikan sebagai calon presiden yang diatur oleh partai yang mengusungnya yakni Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Representasi tersebut terutama dibangun oleh @TrioMacan2000 bahkan sebelum Jokowi resmi dijadikan sebagai kandidat presiden oleh PDIP. Jokowi secara masif direpresentasikan sebagai 'capres boneka' dan di akhir menjelang pemilu disebut sebagai 'boneka asing' atau 'antheK asing' dan 'boneka militer'. Wacana ini di-counter oleh akun anonim pendukung Jokowi @PartaiSocmed dengan representasi Prabowo penerus orba, dan Prabowo boneka asing (Amerika) dan Prabowo ditolak oleh negara Asing (Australia).

Keenam, dalam merepresentasikan calon presiden ideal akun-akun Twitter anonim secara eksplisit juga menggunakan teknik propaganda 'fear' dengan memunculkan kembali ideologi-ideologi lama yang bertentangan dengan demokrasi seperti komunisme, fasisme, zionisme untuk merepresentasikan calon presiden tidak ideal. Jokowi secara keras direpresentasikan sebagai komunis terutama yang dibangun oleh @TrioMacan2000 yang dilegitimasi dengan penyebutan bahwa ayah Jokowi seorang komunis. Sementara @pkspiyungan merepresentasikan Jokowi komunis dengan alat legitimasi berupa peristiwa 'anarkis' pendukung Jokowi di Yogyakarta serta pernyataan rencana penghapusan kolom agama di Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang dilontarkan oleh timses Jokowi prof Musdah Mulia.

Serangan 'Jokowi komunis' dilawan @PartaiSocmed dibalas dengan merepresentasikan Prabowo sebagai zionis, penerus rezim orba dan pemimpin fasis. Sementara itu dalam mengkonstruksi calon presiden ideal, ketiga

akun sama-sama menggunakan ideologi 'nasionalisme' untuk merepresentasikan calon presiden yang didukungnya. Baik Jokowi dan Prabowo sama-sama menggunakan simbol 'Bung Karno' sebagai sarana mengkonstruksi dirinya sebagai calon presiden nasionalis.

Ketujuh, isu kebijakan pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) menjadi salah satu isu utama yang dibawa para akun anonim. Dalam mengkonstruksi calon presiden tidak ideal kedua pihak sama-sama merepresentasikan capres lawan sebagai pemimpin yang memiliki kebijakan pengelolaan SDA yang pro-elite dalam hal ini konglomerat.

Masing-masing saling serang dengan menggunakan propaganda *name calling* yakni penggunaan julukan negatif dimana Jokowi disebut sebagai 'antheke china', 'cukong cina' sementara Prabowo disebut sebagai capres yang didukung mafia migas. Perdebatan seputar pengelolaan SDA pro-konglomerat ini terutama melibatkan @partaiSocmed dengan @TrioMacan2000.

Dalam perdebatan kedua akun anonim tersebut Prabowo direpresentasikan memiliki kedekatan dengan Riza Chalid pengusaha Migas era Orba, sementara Jokowi disebut memiliki kedekatan dengan konglomerat beretnis Cina, James Riady yang juga menjabat sebagai Wakil Ketua Lippo Group yang juga anak dari Mochtar Riady pemilik Lippo Group.

Kedelapan, tampilan fisik calon presiden merupakan isu yang cukup dominan diperbincangkan oleh akun Twitter anonim. Pihak Jokowi melalui akun @PartaiSocmed merepresentasikan Jokowi sebagai calon presiden ideal yang dilekatkan dengan simbol-simbol Jenderal Soedirman yang kurus, pendiam (seperti Jokowi) namun memiliki karakter jujur dan tegas.

Dalam Twit terkait dengan hal itu @PartaiSocmed sekaligus mengkontraskan dengan representasi Prabowo yang dilekatkan dengan simbol diktator Idi Amin dari Uganda yang berbadan besar yang diberi diskripsi sebagai pemimpin kejam, ambisius, brutal, labil dan

grusa-grusu. Untuk melawan serangan akun anonim pendukung Jokowi, akun @pkspiungan merepresentasikan Prabowo dengan kosa-kata jantan, ganteng, tegap dan kekar dan didukung visualisasi berupa foto Prabowo muda saat menjadi TNI. Sementara @TrioMacan2000 lebih berfokus pada serangan negatif terhadap fisik Jokowi dengan menggunakan kosa-kata seperti epilepsi, badut, *jongos*, *klemmer* dan kurang gizi.

Membongkar Identitas Akun Twitter Anonim

Dalam konteks pemilu presiden 2014, belum ada pihak resmi yang mengungkap secara terbuka siapa orang-orang yang ada dibelakang akun anonim tersebut, dari mana mereka mendapatkan wacana-wacana yang diproduksi dan siapa sebenarnya mereka. Akun Twitter TrioMacan2000 mungkin menjadi salah satu akun yang telah didefinisikan pihak polisi sebagai akun 'berbayar' setelah para adminnya salah satunya bernama Raden Nuh dipenjara sejak 2015 karena terbukti melakukan pemerasan menggunakan akun @TrioMacan2000. Namun hal peristiwa tersebut tidak memberikan gambaran komprehensif mengenai peran akun Twitter anonim dalam proses demokrasi di Indonesia.

Penelitian ini ingin melengkapi berbagai pandangan tentang identitas akun Twitter anonim namun dengan menggunakan metode yang berbeda yakni dengan mengidentifikasi teks yang mereka produksi. Identitas yang dimaksud dalam penelitian ini bukanlah identitas nyata mereka seperti administrator, alamat kantor dan segala sesuatu yang menunjukkan fisik keberadaan mereka, namun lebih pada identitas yang terefleksi dari sikap politik, pola produksi wacana dan ideologi yang mereka bawa dalam perdebatan politik selama pemilu presiden 2014. Dari data-data tersebut pula peneliti selanjutnya berharap bisa mengidentifikasi peran akun anonim dalam proses demokrasi di Indonesia.

Kontestasi Akun Twitter Anonim: Panggung Perdebatan antar Elite

Akun-akun Twiter anonim bukanlah

akun yang membawa suara rakyat. Mereka sedang terlibat dalam kontestasi politik untuk kepentingan kelompok elite. Dalam konteks ini akun Twitter yang identik dengan medium suara rakyat dimanfaatkan dan dimanipulasi untuk kepentingan elite. Argumen peneliti ini didukung oleh tabel 2 yang memperlihatkan bahwa akun Twitter anonim yang menjadi sampel penelitian memiliki sikap politik yang terbelah menjadi dua dimana @Partaisocmed teridentifikasi mendukung Jokowi, sementara dua akun lain yakni @pkspiyungan dan @TrioMacan2000 mendukung Prabowo.

Fakta tersebut sekaligus bertentangan dengan profil akun anonim yang menyebut bahwa aktivitas mereka membawa kepentingan publik. Akun @PartaiSocmed menyebut dirinya sebagai akun yang mengusung konsep tidak memihak (*objectivity*), keadilan (*fairness*), keadilan untuk semua (*justise for all*), dan memberdayakan warga negara (*empowering people*). Akun @TrioMacan2000 dalam pilpres 2014 mendefinisikan profil mereka sebagai ‘akun komunitas inteligen publik untuk pencerahan, pembasmi korupsi, kemunafikan penguasa negeri. Memprovokasi kejujuran anak bangsa yang cerdas dan merdeka’. Dua akun tersebut menggunakan jargon-jargon publik yang merepresentasikan mereka sebagai sesuatu yang sedang membawa suara rakyat dan dalam posisi membela kepentingan rakyat. Pada kenyataannya, keduanya ternyata terlibat dalam politik untuk kepentingan politik calon presiden yang mereka dukung. Jika diidentifikasi lebih lanjut, maka keberadaan akun Twitter anonim dalam konteks pemilu presiden 2014 ini bukan dalam usaha memperkuat kepentingan publik, namun justru menjadi alat politik. Padahal idealnya anonimitas merupakan salah satu alat yang bisa dipakai publik untuk menyuarakan kepentingan rakyat tanpa rasa takut (Zajác, 2013; Chawki, 2006; Akdeniz, 2002).

Akun Twitter Anonim: Sumber Wacana Irasional

Proses perdebatan politik yang

berlangsung antar akun anonim berlangsung secara irasional, meskipun data menunjukkan mereka juga menggunakan isu-isu rasional. Isu rasional yang dimaksud disini yakni isu-isu yang memang menjadi kriteria seorang pemimpin yang demokratis, sebaliknya isu irasional didefinisikan sebagai isu yang tidak ada kaitannya dengan kriteria pemimpin demokratis. Berdasarkan studi empiris yang dilakukan oleh para peneliti (Hacker, 2004; Kinder et al., 1980; Miller, Wattenberg & Malanchuk, 1986; Treneman & McQuail, 1961 dalam Barisione, 2009) dalam *setting* negara demokrasi kriteria pemimpin politik biasanya dikaitkan dengan kompetensi, kekuatan, integritas, kemampuan dan kedekatan dengan rakyat.

Dalam penelitian ini isu rasional yang dikontestasikan tersebut diantaranya Hak Asasi Manusia, korupsi, kepemimpinan, Sumber Daya Manusia. Isu tersebut dilakukan dalam upaya menarik para pemilih yang memiliki pertimbangan memilih (*voting behaviour*) rasional. Sebagaimana disampaikan Minns (1984, dalam Adam & Kingsley, 368) pemilih rasional mengevaluasi kriteria calon pemimpin terutama dengan melihat karakter dan prestasi kandidat, kemampuan memerintah dan kebijakan yang pro rakyat. Meskipun ada isu rasional dalam perbincangan yang dibangun oleh akun-akun Twitter anonim pada dasarnya praktik komunikasi yang berlangsung didalamnya jauh dari nilai-nilai demokrasi. Argumen-argumen yang dibangun tidak mencerminkan prinsip transparansi dan akuntabilitas karena informasi yang dibawa akun-akun anonim tidak berangkat dari sumber yang kredibel. Diskusi politik yang terbentuk juga jauh dari nilai-nilai kepublikan sebagaimana disampaikan Habermas (1996; 303) terutama posisi yang sama (*equal*) dan komunikasi yang berorientasi pada konsensus. Pelanggaran prinsip kesetaraan atau yang oleh Habermas juga disebut sebagai komunikasi tanpa dominasi mengemuka dalam isu-isu irasional seperti dukungan kelompok agama yang memosisikan kelompok agama mayoritas sebagai komunikator dominan, isu identitas

yang terutama memarginalkan kelompok etnis minoritas Cina dan tampilan fisik calon presiden yang memproduksi ujaran kebencian (*hates peech*) berupa hasutan dengan cara menghina calon presiden baik Jokowi maupun Prabowo yang dilandaskan pada ketidak-idealan ciri fisik.

Sementara itu, isu irasional yang dibangun oleh akun Twitter anonim meliputi isu tentang dukungan kelompok agama, identitas calon presiden, penggunaan ideologi-ideologi yang kontra-demokrasi dan praktik ujaran kebencian dengan menggunakan tampilan fisik calon presiden. Isu irasional ini terutama dipakai dengan mekanisme propaganda yang menutup ruang diskusi kritis dan deliberatif sehingga melanggengkan komunikasi irasional. Diskusi berorientasi pada konflik dan bukan pada konsensus (Habermas, *ibid*) atau setidaknya berorientasi pada kompromi. Orientasi kepada konflik terutama muncul pada isu-isu sensitif agama dan etnis yang menghadirkan kembali pertentangan ideologi antar kelompok berbasis identitas di Indonesia. Twitter yang seharusnya memberikan ruang deliberatif justru difungsikan sebagai ruang penyemaian benih-benih konflik lama yang seharusnya telah hilang praktik demokrasi Indonesia di ruang nyata. Wacana berorientasi konflik ini disisi lain menjadi konsumsi pengguna Twitter yang didominasi oleh kelompok muda, sehingga pada akhirnya justru membahayakan persatuan dan kesatuan bangsa di masa kini dan masa depan.

Akun Twitter Anonim sebagai Representasi Kekuasaan Elite

Data analisis pada tabel 2 memperlihatkan bahwa perdebatan antar akun Twitter anonim menyiratkan adanya kekuasaan *elite* yang terlibat dalam produksi dan konsumsi wacana terutama ditemukan pada isu korupsi, isu pelanggaran HAM dan isu kebijakan pengelolaan Sumber Daya Alam. Kekuasaan *elite* yang dimaksud setidaknya dapat dilihat dari dua sudut pandang yakni elitisme komunikator dan elitisme isu; a) elitisme komunikator, dimana wacana ketiga isu tersebut merupakan perbincangan

yang lebih melibatkan elite (KPK, Gub BI, Jaksa Agung Megawati), sementara publik tak memiliki kompetensi terkait dengan tema yang didiskusikan. Publik diposisikan sebagai *audience* pasif atau penonton saja, bahkan justru menjadi sasaran komunikasi yakni mobilisasi khalayak dan opini publik terhadap sosok masing-masing capres. Alur diskusi politik di Twitter dengan demikian bersifat tradisional atau *one way communication* bukan interaktif dan *two way communication* sebagaimana yang selama ini menjadi kekuatan media sosial; b) elitisme pesan, yakni penggunaan 3 isu (HAM, SDA dan korupsi) dengan sudut pandang yang tidak membumi karena hanya dimiliki, dikuasai, dan dipahami oleh kalangan *elite*. Kontestasi wacana Twitter anonim merupakan kontestasi antar *elite* yang dimunculkan secara terbuka di Twitter namun justru tidak mampu mencerahkan karena tidak adanya sarana konfirmasi kebenaran fakta.

Piliang (2005; 328) menyebutnya kondisi demikian sebagai disinformasi komunikasi berwujud anarki komunikasi yang menyebabkan hilangnya ukuran-ukuran bersama dan etika komunikasi. Hal ini menyebabkan proses diskusi bukannya menghasilkan pemahaman bersama namun justru terjadi apa yang ia sebut sebagai keadaan sosial yang tidak akuntabel (*social unaccountability*). Ketiadaan etika oleh Piliang pada akhirnya menjadi sumber manipulasi, perekrasan, pemalsuan dan penipuan realitas sebagaimana memang tercermin dalam politik imagogi di Twitter. Realitas yang telah tersamarkan dalam praktik imagogi diperburuk rendahnya akuntabilitas informasi yang bersumber problem anonimitas sumber. Pada akhirnya muncullah kebingungan di ruang publik politik. Komunikasi yang seharusnya menjernihkan permasalahan justru menjadi ajang produksi kebisingan (*noise*) yang menimbulkan kesimpang-siuran komunikasi. *Noise* ini disebut Piliang (*ibid*, 329) sebagai produk utama komunikasi kontemporer dimana didalamnya 'makna' merupakan sesuatu yang marginal.

Terkait dengan elitisme pesan, isu yang dimunculkan akun *pseudonym* (korupsi,

kebijakan pengelolaan SDA dan pelanggaran hukum-HAM) merupakan tema diskusi kelompok eksklusif yang oleh Habermas (Hardiman, 2009: 146) disebut 'publik kuat'. Publik kuat didefinisikan sebagai sistem politik dimana aktor utamanya yakni para *elite*. Di seberangnya ada 'publik lemah' yakni ruang publik politis yang menjadi tempat warganegara membangun opini. 'Publik kuat' dalam hal ini menggunakan ketiga isu tersebut sebagai alat politik untuk mempengaruhi opini 'publik lemah' atas sosok capres 2014. Disinilah peneliti melihat adanya praktik dominasi diskusi politik oleh 'publik kuat' atas 'publik lemah'. 'Publik kuat' menggunakan pengetahuan (*knowledge*) mereka yang memadahi tentang isu elite untuk menguasai wacana publik lemah yang sebaliknya memiliki pemahaman yang tidak memadahi tentang ketiga isu tersebut. Minimnya pemahaman 'publik lemah' atas isu ini disebabkan karena terbatasnya atau bahkan tidak adanya akses 'publik lemah' untuk mengkonfirmasi validitas data yang bisa dipertanggung-jawabkan seperti yang disyaratkan dalam diskusi deliberatif. Hal ini membuka ruang-ruang manipulasi data yang membodohi 'publik lemah'. Sebagai contoh isu korupsi TransJakarta yang dipakai sebagai alat legitimasi representasi Jokowi koruptor bersifat elitis karena berbagai bukti dan argumen dipegang oleh 'publik kuat'. Demikian juga dengan isu pelanggaran hukum dan HAM, dimana 'publik lemah' atau khalayak sipil tidak pernah memiliki akses mengenai argumen-argumen rasional tentang terlibat atau tidaknya Prabowo.

Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa akun Twitter anonim telah dipakai untuk alat kontestasi politik antara pendukung Jokowi dan Prabowo. Akun anonim yang dalam konteks negara demokrasi seharusnya dimanfaatkan publik untuk alat kebebasan berekspresi tanpa rasa takut (Akdeniz, 2002; Chawki, 2006; Zajác, 2013) justru dimanfaatkan sebagai medium bagi elite untuk sarana mencapai kekuasaan.

Bahkan perdebatan politik antara akun Twitter anonim justru menghadirkan kembali ideologi anti-demokrasi seperti komunisme, fasisme dan zionisme yang dikemas dalam propaganda *fear* untuk memunculkan ketakutan massa. Perdebatan politik juga bersifat elitis baik dari perspektif isu yang dibawa maupun komunikator yang dilibatkan yang memposisikan publik maya (netizen) hanya sebagai penonton perdebatan elite semata.

Dari sinilah peneliti berkesimpulan bahwa akun Twitter anonim dalam konteks perdebatan politik selama pemilu presiden 2014 tidak mendorong proses demokrasi namun menjadi patologi yang mendegradasi proses demokrasi. Dalam penelitian ini patologi demokrasi dipakai untuk menggambarkan malfungsi anonimitas akun Twitter yang seharusnya dapat dipakai sebagai sarana menyuarakan kebebasan berekspresi publik tanpa rasa takut namun justru dipakai untuk alat kepentingan kontestasi politik para elite.

Berdasarkan hasil temuan diatas, peneliti menawarkan beberapa saran, Pertama, urgensi kesadaran para aktor demokrasi ditingkat elite untuk membangun perdebatan politik yang transparan dan akuntabel dengan tidak melibatkan anonimitas untuk mencapai kekuasaan politik. Terbelahnya ideologi akun anonim dalam dua sikap politik membuktikan bahwa akun anonim tidak sedang dalam usaha membawa kepentingan publik namun sedang membawa kepentingan elite. Kedua, penelitian ini memberikan mengusulkan urgensi literasi media sosial terkait kemampuan netizen dalam membedakan anonimitas dalam media sosial yang dipakai sebagai alat demokrasi dengan anonimitas yang dipakai sebagai alat kekuasaan politik. Kemampuan tersebut selanjutnya memungkinkan netizen tidak reaktif terhadap berbagai wacana berorientasi konflik (salah satunya SARA) yang justru membahayakan pluralisme bangsa. Ketiga, meningkatkan daya kritis netizen dalam mengkonsumsi konten-konten akun anonim terutama menjelang pemilu karena pada periode ini akun anonim rentan

dipakai sebagai alat kampanye politik.

Daftar Pustaka

- Akdeniz, Yaman. (2002). Anonymity, Democracy, and Cyberspace. *Social Research*, 69(1), 223-237
- Barisione, Mauro. (2009). Valence Image and the Standardisation of Democratic Political Leadership. SAGE Publications 5(1), 41–60 DOI: 10.1177/1742715008098309 <http://lea.sagepub.com>
- Fairclough, Norman. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press
- Fairclough, Norman. (1989). *Language and Power*. New York: Longman Inc
- Fairclough, Norman. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Longman Publishing
- Freeland, Felicia Hughes. (2007). Charisma and celebrity in Indonesian politics. *Anthropological Theory*. 7(2), 177–200
- Gazali, Effendy.(2014), Learning by clicking: An experiment with social media democracy in Indonesia. *International Communication Gazette*. DOI: 10.1177/1748048514524119
- Habermas, J. (1996a) *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Hardiman, Budi.(2009b). *Demokrasi Deliberatif: Menimbang 'Negara Hukum' dan 'Ruang Publik' dalam Teori Diskursus Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius
- Irawanto, Philip & Ryan. (2011). Tailoring Leadership Theory to Indonesian Culture. *Global Business Review*, 12(3), 355–366
- Lim, Marlyna.(2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*. DOI:10.1080/00472336.2013.769386
- M. Chawki. (2006). *Anonymity in Cyberspace: Finding the Balance between Privacy and Security*. Droit-Tic, Juill.
- Piliang, Yasraf A. (2005). *Transpolitika: Dinamika Politik di dalam Era Virtualitas*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra
- Sari, Dewi Kartika & Royke R. Siahainenia. (2015). Gerakan Sosial Baru di Ruang Publik Virtual pada Kasus Satinah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 12 (1), 105-118
- Syamsuddin, Din. (1993). Political Stability and Leadership Succession in Indonesia. *Contemporary Southeast Asia*, 15 (1), 12-23
- Wadipalapa, Rendy Pahrin. *Meme Culture & Komedi-Satire Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru* (2015). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 12 (1), 1-18
- Zajác, Rita. (2013). WikiLeaks and the problem of anonymity: A network control perspective. *Media, Culture & Society*, 35(4), 489–505

Berita Tentang Pemerintah Daerah (Analisis Isi Berita Tentang Pemerintah Kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan

Hari Wahono, Sri Hastjarjo dan Ahmad Adib
Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta
Email : hawana0476@gmail.com

Abstract

This research was intended to provide the description news direction especially how Radar Madiun Newspaper covered local government issues after autonomy policy was conducted. This was also aimed to give description how Radar Madiun Newspaper implemented the news media policy. Methods of research was mix methods with combining between qualitative and quantitative approaches. Unit of analysis was Radar Madiun news which covered local government issues and development programs in Ngawi and Magetan District. The news direction was founded by categories and frequencies, instead interviews for news media policy. The results were found that the news direction for every areas and district were distingtives different. It found that news direction for Ngawi distirct was neutral. It also happened for Magetan district. News media policies were influenced by factors which consist of ideology, politics, economy, and socio cultural in which existing in society.

Keywords: News, news media direction, media policies, Radar Madiun

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kecenderungan arah/nada (tone) berita tentang pemerintah daerah yang ada di wilayah edar Radar Madiun pasca diberlakukannya otonmi daerah, dan mengetahui serta memberikan gambaran tentang kebijakan redaksional yang diterapkan. Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan yang dilakukandi kabupaten Ngawi dan Magetan. Sampel dalam penelitian ini adalah berita tentang penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan pada lokus penelitian. Pengukuran berita mengikuti gagasan Stempel dalam Flournoy. Adapun kecenderungan berita ditentukan berdasarkan frekuensi masing-masing berita. Sedangkan untuk mengetahui Kebijakan Redaksional dilakukan wawancara dengan informan yang berkompeten dalam penyajian berita. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa kecenderungan berita Radar Madiun tidak sama antara satu daerah dengan daerah lain. Berita yang disajikan Radar Madiun tentang penyelenggaraan pemerintahan di kabupaten Ngawi memiliki kecenderungan netral, dan netral untuk kabupaten Magetan. Sedangkan berita tentang pelaksanaan pembangunan di kabupaten Ngawi bernada negatif, dan netral untuk kabupaten Magetan. Kebijakan redaksional dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain ideologi, politik, ekonomi dan kondisi sosial budaya masyarakat

Kata Kunci: berita, nada berita, kebijakan redaksional, Radar Madiun,

Pelaksanaan otonomi daerah memiliki konsekuensi pada semakin besarnya kewenangan yang diberikan oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk mengelola daerahnya sendiri. Otonomi daerah diberlakukan sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good government*). Untuk mewujudkan hal tersebut perlu adanya kontrol atau pengawasan terhadap pemerintah daerah. Media massa sebagai salah satu komponen dalam kehidupan bernegara dapat memainkan fungsi kontrol ini dan menyampaikan kepada masyarakat.

Dalam rangka mewujudkan hal tersebut media massa dalam berbagai bentuknya baik cetak maupun elektronik memegang peran yang penting karena memiliki fungsi sebagai penyedia informasi bagi masyarakat, memberikan berbagai alternatif untuk penyelesaian masalah dan sebagai sarana untuk sosialisasi dan edukasi. Hal ini senada dengan apa yang dikemukakan oleh Lasswell dalam Little John and Karen A. Foss (2011), dinyatakan bahwa : "*Major functions of the media communication : Surveillance, providing informatino about the environment; correlation, presenting options for solving problems; and transmission, socializing and educating*"

Radar Madiun merupakan media cetak yang memiliki cakupan regional meliputi wilayah pemerintah daerah di wilayah se-eks Karesidenan/Pembantu Gubernur Jawa Timur Wilayah I Madiun memiliki peran yang penting baik sebagai sumber informasi bagi masyarakat maupun sebagai pengawal pelaksanaan program-program pemerintah daerah.

Berita yang dimuat pada Radar Madiun terkait berbagai hal yang berkaitan dengan pemerintah kabupaten/kota di wilayah edarnya dapat bernada positif (*favourable*), netral atau bahkan negatif (*unfavourable*). Kondisi ini dapat terjadi sesuai dengan dinamika yang ada pada masing-masing pemerintah daerah.

Masalah penelitian yang akan dipecahkan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kecenderungan arah/nada (*tone*)

berita Radar Madiun tentang pemerintah Kabupaten Madiun, Ngawi dan Magetan?

2. Bagaimana kebijakan redaksi Radar Madiun terkait berita yang akan dimuat tentang pemerintah daerah kabupaten/kota yang ada dalam cakupan wilayah edarnya?

Untuk menjawab permasalahan penelitian yang pertama, dilakukan pengelompokan berita berdasarkan dua tema yaitu tema tentang penyelenggaraan pemerintahan dan tema tentang pelaksanaan pembangunan pada masing-masing pemerintah daerah yang dipilih sebagai lokus penelitian, selanjutnya peneliti akan melakukan tabulasi nada berita yang dikelompokkan menjadi tiga kategori yakni positif (*favourable*), netral dan negatif (*unfavourable*). Dari hasil tabulasi akan diolah untuk mengetahui kecenderungan arah/nada dari berita yang disajikan oleh Radar Madiun. Untuk mengetahui tingkat signifikansi perbedaan anatara nada berita akan dilakukan uji chi square dengan menggunakan soft ware SPSS.

Hasil pengolahan data pada tahap pertama akan dijadikan pijakan untuk melakukan konfirmasi kepada informan dalam hal ini adalah pemimpin reeaksi Radar Madiun, sehingga diharapkan peneliti akan mendapatkan temuan terkait dengan permasalahan penelitian yang kedua, yaitu tentang kebijakan redaksional radar madiun.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang nada berita (*news tone*) Radar Madiun terkait berbagai fenomena yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan pada pemerintah Kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan. Disamping hal tersebut penelitian ini juga bermaksud ingin mengetahui bagaimana kebijakan redaksional Radar Radium dalam penulisan berita tentang pemerintah Kabupaten Madiun, Ngawi dan Magetan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif. Pada bagian awal untuk mengetahui kecenderungan

arah/nada (*tone*) berita digunakan metode kuantitatif, selanjutnya untuk mengetahui kebijakan redaksional Radar Madiun digunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Eriyanto (2013:47) mengemukakan bahwa pada pendekatan deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara detail suatu pesan atau teks yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu.

Lokasi penelitian adalah di wilayah eks Pembantu Gubernur Wilayah I Madiun Jawa Timur. Dari 6 pemerintah daerah diambil 3 kabupaten yakni kabupaten Ngawi, kabupaten Madiun dan kabupaten Magetan. Alasan pemilihan tiga pemerintah daerah tersebut karena masyarakat pada ketiga kabupaten memiliki karakteristik yang hampir sama dan dipimpin oleh kepala daerah yang berbeda latar belakang partai politik pengusungnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua berita yang disajikan oleh Radar madiun terkait pemerintah kabupaten yang dijadikan lokus penelitian, teknik sampling yang digunakan adalah sensus dalam artian semua berita yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan dijadikan sebagai sampel (Sugiono, 2010).

Pada penelitian ini ada dua variabel yaitu nada berita dan kebijakan redaksional Radar madiun. Nada berita didefinisikan sebagai kecenderungan arah berita yang disajikan oleh radar madiun. Untuk mengetahui kecenderungan tersebut peneliti mengikuti gagasan Stempel dalam Flournoy (1996), dimana dinyatakan bahwa kecenderungan haluan arah/nada (*tone*) berita dapat bersifat positif (*fafourable*), negatif (*an fafourable*) dan netral.

Sedangkan kebijakan redaksional dalam penelitian ini mengikuti apa yang dikemukakan oleh Sudirman Tabba, dimana dinyatakan bahwa kebijakan redaksional adalah dasar pertimbangan yang dianut oleh media untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu kejadian atau peristiwa menjadi berita. Kebijakan redaksional ini dipengaruhi oleh faktor Ideologi, Politik dan

ekonomi (bisnis).

Aanalisis data kuantitatif dilakukan dengan tabulasi frekwensi nada berita yang dikelompokkan dalam tiga kelompok yaitu nada berita positif, nada berita netral dan nada berita negative. Uji beda dilakukan dengan menggunakan rumus Chi Kuadrat (Chi Square) terhadap nada berita terkait tiga pemerintah daerah yang menjadi lokus penelitian. Rumus Chi Kuadrat (Chi Square) sebagaimana dikemukakan oleh Eriyanto (2011) adalah sebagai berikut :

$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E} \chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

χ^2 : Chi Square,

O : Frekwensi Observasi dan

E : Frekwensi Harapan.

Derajat Kebebasan akan ditentukan dengan rumus $(k-1)(b-1)$ dimana k adalah jumlah kolom sedangkan b adalah jumlah baris dalam tabel frekwensi nada berita. Untuk mempermudah perhitungan, peneliti akan menggunakan program (*soft ware*) SPSS (*Statistical Package for the Social Science*). Selanjutnya analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan tahapan analisis induktif, Bungin (2011) mengemukakan tahapan analisis induktif meliputi :

1. Melakukan pengamatan terhadap fenomena sosial, melakukan identifikasi, revisi-revisi dan pengecekan ulang terhadap data yang ada
2. Melakukan kategorisasi terhaap informasi yang diperoleh
3. Menelusuri dan menjelaskan kategorisasi
4. Menjelaskan hubungan-hubungan kategorisasi
5. Menarik kesimpulan-kesimpulan umum
6. Membangun atau menjelaskan teori

Hasil dan Pembahasan

Untuk mengetahui perbedaan arah atau nada (*tone*) pemberitaan Radar Madiun terkait penyelenggaraan pemerintahan pada kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan berikut ini disajikan pergolahan data sebagai berikut :

Tabel 1
Perbedaan Kecenderungan Arah Berita
berdasarkan Tema Pemerintahan Pada
Kabupaten Ngawi dan Magetan

| No | Kab. | Frekwensi Nada Berita | | | Total |
|-------|---------|-----------------------|--------|---------|-------|
| | | Positip | Netral | Negatif | |
| 1 | Ngawi | 24 | 34 | 26 | 84 |
| 2 | Madiun | 31 | 29 | 33 | 93 |
| 3 | Magetan | 16 | 40 | 14 | 70 |
| Total | | 71 | 103 | 73 | 247 |

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kecenderungan arah/nada (*tone*) berita yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan di kabupaten Ngawi dan Magetan adalah netral, sedangkan untuk kabupaten Madiun bernada negatif. Untuk mengetahui signifikansi perbedaan arah atau nada (*tone*) pemberitaan Radar Madiun terkait penyelenggaraan pemerintahan pada pemerintah kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan, dilakukan uji chi square dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Chi Square Tema Penyelenggaraan
Pemerintah

| | Value | Df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|--------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 11,351 ^a | 4 | 0,023 |
| Likelihood Ratio | 11,413 | 4 | 0,022 |
| N of Valid Cases | 247 | | |

Uji chi square dengan program SPSS didapatkan hasil sebesar 11,351 dengan nilai signifikansi sebesar 0,023, nilai ini lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan berkaitan dengan kecenderungan arah atau nada (*tone*) berita Radar Madiun terkait tema penyelenggaraan pemerintahan pada kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan. Untuk mengetahui perbedaan kecenderungan arah atau nada / (*tone*) pemberitaan Radar Madiun yang berkaitan

dengan pelaksanaan pembangunan pada kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan berikut ini disajikan hasil pengolahan data sebagai berikut :

Tabel 3
Perbedaan Kecenderungan Arah
Berita berdasarkan Tema Pelaksanaan
Pembangunan pada Kabupaten Ngawi dan
Magetan

| No | Pembab | Frekwensi Nada Berita | | | Total |
|-------|---------|-----------------------|--------|---------|-------|
| | | Positip | Netral | Negatif | |
| 1 | Ngawi | 3 | 1 | 9 | 13 |
| 2 | Madiun | 9 | 6 | 3 | 18 |
| 3 | Magetan | 5 | 8 | 5 | 18 |
| Total | | 17 | 15 | 17 | 49 |

Berdasarkan pengolahan hasil tabulasi nada berita yang disajikan oleh Radar Madiun terkait pemerintah daerah tempat penelitian dilaksanakan dapat diketahui bahwa kecenderungan arah/nada (*tone*) berita yang berkaitan dengan pelaksanaan pembangunan adalah negatif untuk kabupaten Ngawi, Positif untuk kabupaten Madiun sedangkan untuk kabupaten Magetan kecenderungannya adalah netral.

Untuk mengetahui signifikansi perbedaan kecenderungan arah atau nada (*tone*) berita pada Radar Madiun terkait pelaksanaan pembangunan di kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan peneliti melakukan Uji Chi Square dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil uji Chi-Square pemberitaan
penyelenggaraan pembangunan

| | Value | Df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 11.772 ^a | 4 | .019 |
| Likelihood Ratio | 11.947 | 4 | .018 |
| Linear-by-Linear Association | 1.667 | 1 | .197 |
| N of Valid Cases | 49 | | |

Dari hasil uji yang dilakukan terlihat bahwa nilai Chi-Square sebesar 11,772 dengan signifikansi 0,019. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan tentang kecenderungan arah atau nada (*tone*) berita yang disajikan oleh Radar Madiun berkaitan dengan pelaksanaan pembangunan di Kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan selama periode penelitian dilaksanakan.

Surat kabar bisa dimiliki oleh seseorang, suatu kelompok, perusahaan, organisasi massa, organisasi profesi, yayasan, Badan Usaha Milik Negara atau lembaga-lambaga lain yang ada di masyarakat. Faktor lain yang mempengaruhi pemberitaan surat kabar adalah adanya keterkaitan sejarah antara surat kabar dengan seseorang, suatu lembaga atau suatu kelompok yang ikut memprakarsai lahirnya surat kabar tersebut sehingga sikap hati-hati dalam menulis berita yang ada sangkut pautnya dengan pihak-pihak tersebut akan lebih dikemukakan.

Melihat hal tersebut peneliti melakukan konfirmasi lebih mendalam mengenai Radar Madiun terkait kecenderungan arah atau nada (*tone*) berita yang disajikan terkait pemerintah kabupaten Ngawi, Madiun dan Magetan. Sehingga data yang didapat dalam penelitian ini lebih nyata. Ada 4 faktor yang digali lebih mendalam dari Radar Madiun antara lain :

1. Faktor Individual

Weaver dan Wilhoit dalam Shoemaker dan Reese (1991:94) menyatakan bahwa profesional wartawan dibedakan menjadi tiga hal yaitu dalam fungsi interpretative atau menginterpretasikan berbagai peristiwa yang ditemui, fungsi penyeberan informasi dan wartawan sebagai *watch dog* atau anjing penjaga yang mengawasi atau mengontrol kekuasaan. Profesional pengelola media ini kemungkinan berkaitan dengan latar belakang pendidikan mereka. Mengutip pendapat Lowenstien dan Merrill, Shoemaker dan Reese (1991:73) mengatakan : “*Another aspect of communicator's background is the amount and type of education they have. Although college-level journalism education was begun in the United States, it now*

appears in nearly every developed country in some form”

Berkaitan dengan latar belakang pendidikan pengelola media, dalam hal ini Radar Madiun pemimpin redaksi menyampaikan : “latar belakang pendidikan para wartawan yang ada di sini tidak harus berhubungan langsung dengan jurnalistik, minimal sarjana S.1, dari semua jurusan. Jadi sebenarnya bukan persoalan disiplin ilmu tapi siapa yang punya kemampuan menulis itu yang berkembang” (Wawancara 20 Juni 2016)

Hal yang lebih penting dalam pengelolaan media adalah pengalaman, disampaikan bahwa latar belakang pendidikan apa pun jika memiliki pengalaman dalam menulis berita dan atau mengelola media akan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup media.

2. Faktor Rutinitas Media

Faktor rutinitas media ini terkait dengan kegiatan keseharian dari industri media yang dilakukan oleh setiap lini mulai dari yang terendah sampai yang tertinggi, mulai dari wartawan yang harus mencari dan menulis berita, redaktur selaku pihak yang bertugas menjaga mutu produk media, divisi periklanan dan divisi pemasaran yang bertanggung jawab meraih pendapatan demi kelangsungan hidup media. Berhubungan dengan penyajian berita, media harus dapat menyajikan sesuai dengan selera pembaca untuk itu berita yang dimuat harus memiliki nilai berita (*news value*) yang tinggi. Terkait nilai berita ini pemimpin redaksi menyatakan bahwa memang salah satu tugas redaksi adalah memilih dan memilah berita mana yang memiliki nilai tinggi untuk disajikan kepada pembaca, nilai berita ini terkait banyak hal bisa pihak atau aktor terberita, kekinian peristiwa, kedekatan dengan masyarakat, dan masih banyak lagi pertimbangan untuk menentukan sebuah berita memiliki nilai yang tinggi sehingga diputuskan untuk disajikan pada esok hari. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2014) dimana dikatakan bahwa unsur-unsur yang dipakai dalam memilih berita antara lain aktualitas (*timelines*); kedekatan

(*proximity*); dampak (*consequence*); menarik minat orang (*human interest*) yang dapat berupa ketegangan (*suspense*), ketidaklaziman (*unusualness*), minat pribadi (*personal interest*), konflik (*conflict*), simpati (*simpathy*), kemajuan (*progress*), Seks (*sex*), usia (*age*), binatang (*animal*), humor (*humor*).

Selain nilai berita, hal lain yang dipertimbangkan adalah kemasan berita, jadi bagaimana sebuah berita dikemas semenarik mungkin dengan penyajian yang dilengkapi gambar atau grafik dan data-data yang diperlukan. Meskipun nilai berita dan kemasan menjadi pertimbangan utama, pemimpin redaksi juga mengemukakan bahwa dalam penyajian berita tetap harus mengedepankan akurasi, keberimbangan serta selalu melakukan *check and re-check* sebelum sebuah berita diturunkan. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh (Juwito 2008) dimana dinyatakan bahwa dalam konteks Indonesia, proses peliputan berita setidaknya harus memperhatikan beberapa hal seperti Kode Etik Jurnalistik (KEJ), doktrin kejujuran (mendapatkan berita yang benar), *cover both side atau news balance*, serta cek dan ricek.

3. Faktor Organisasi

Tidak dipungkiri bahwa media merupakan sebuah organisasi yang didalamnya tentu ada beberapa bagian, Danis Mc. Quail menggambarkan setidaknya dalam organisasi media terbagi atas tiga bagian yaitu manajemen, teknis dan professional media. Hal ini diakui oleh pemimpin redaksi bahwa organisasi media pada dasarnya merupakan sebuah industri yang tentunya menghendaki adanya keuntungan dalam operasionalnya. Merupakan sebuah tantangan tersendiri dimana penyajian berita pada media harus bisa memenuhi keinginan baik pembaca yang ingin mendapatkan informasi secara tepat, cepat dan akurat maupun pihak manajemen yang tentunya menginginkan keuntungan dalam menjalankan bisnisnya. Motif ekonomi tentu menjadi dominan dalam bisnis ini, namun terkait hal ini pemimpin redaksi menyampaikan bahwa prinsip dan motif ekonomi tidak menjadi satu-

satunya yang dipegang dalam industri media.

Berkaitan dengan manajemen organisasi media, tentu ada sangkut pautnya dengan kepemilikan media dimana ada kemungkinan pemilik media mempengaruhi isi dari pemberitaan yang disampaikan. Dalam hal kepemilikan media (*media ownership*) Shomaker dan Reese (1996:163) menyatakan: "*at the top command posts of media organizations is it the owner. Their influence has attracted substantial scholarly interest. Ultimately media owners or their appointed top executive has the final say in what the organization does. If the employees don't like it, they can quite*"

Berhubungan dengan kepemilikan media dimana Radar Madiun merupakan bagian dari Jawa Pos Grup dan pemilik Jawa Pos adalah Dahlan Iskan yang masyarakat telah mengetahui siapa dia dan kemana arah dukungan politik Dahlan Iskan, apakah ini berpengaruh pada pemberitaan tentang pemerintah daerah di wilayah edarnya. Secara tegas pemimpin redaksi menyatakan bahwa pengaruh itu tidak ada, Radar Madiun dan radar-radar lainnya diberikan kebebasan, dikatakan bahwa : "yang saya rasakan tidak, jadi ada kebebasan, meskipun pada saat ada kegiatan Pak Dahlan pasti kita liput karena kami menganggap beliau sebagai tokoh yang pantas untuk diberitakan tapi kalau terkait aviliasi politik beliau dan sebagainya kita bebas tidak harus mengikuti"(wawancara, 20 Juni 2016)

4. Faktor Eksternal Media

Terkait dengan faktor eksternal ini Engwall dalam Mc. Quail (2009) mengemukakan bahwa media berada pada pusaran antara tekanan kekuatan ekonomi dengan kekuatan sosial dan politik. Kekuatan ekonomi antara lain adalah pihak kompetitor dan pemasang iklan, sedangkan sosial dan politik antara lain adalah kontrol hukum/politik, kelompok penekan dan organisasi sosial lainnya. Berhubungan dengan pemerintah daerah sebagai faktor eksternal dalam pemberitaan, secara politik setiap pemimpin daerah memiliki latar belakang yang berbeda.

Tentang adanya kemungkinan kecenderungan arah/nada (*tone*) berita dipengaruhi oleh latar belakang politik pemimpin daerah, Okta Prana menyatakan bahwa :

“kalau kami nggak ikut partai politik tertentu, kami berada diluar partai dan pemerintah daerah, dalam menulis berita kami tidak terpengaruh oleh partai politik tertentu termasuk partai politik pendukung bupati yang sedang berkuasa, kami tidak digaji oleh pemerintah daerah ataupun partai politik tertentu, oleh karena itu jika memang ada kebijakan atau program-program pemerintah daerah yang perlu kami kritisi akan kami lakukan itu tanpa melihat latar belakang politik penguasa daerah” (wawancara, 24 Juni 2016)

Sementara itu terkait kondisi sosial budaya masyarakat yang kemungkinan mempengaruhi kecenderungan arah / nada (*tone*) pemberitaan Radar Madiun, pemimpin redaksi menyatakan bahwa :

“kondisi sosial masyarakat memang sangat diperhatikan meskipun harus tetap kritis, seperti yang pernah terjadi di Ponorogo ketika Kami memberikan judul berita Kampung Sinting, Kampung Ediot, Pemerintah Daerah bangkrut, ini masyarakat kurang bisa menerima. Kita kan termasuk daerah mataraman jadi kalimat yang disampaikan dalam penulisan berita harus lebih santun dari pada untuk daerah lain misalnya Surabaya, kalau di Surabaya gaya bahasa agak kasar gitu sudah biasa”. (wawancara, 20 Juni 2016)

Tentang faktor sosial budaya ini senada dengan hasil penelitian Hasdispardia (2010) yang menyampaikan bahwa kecenderungan arah/nada (*tone*) berita sangat dipengaruhi oleh kebijakan redaksional dimana sosial budaya merupakan salah satu unsur yang sangat dipertimbangkan dalam penyajian berita.

Sebagaimana disampaikan pada bagian terdahulu bahwa kecenderungan arah/nada (*tone*) pemberitaan erat kaitannya dengan kebijakan redaksional suatu media, terkait hal ini Sudirman Tabba menyatakan bahwa kebijakan redaksional setidaknya dipengaruhi oleh ideologi atau nilai-nilai yang diyakini oleh media, politik baik dalam arti politik yang sesungguhnya maupun politik dalam arti keinginan untuk mempertahankan eksistensi media dan ekonomi atau bisnis. Sementara itu Abdullah (2000) mengemukakan bahwa kebijakan redaksional terdiri atas sikap politik media dan aturan-aturan keredaksian dan kewartawanan.

Berhubungan dengan ideologi yang dianut atau dipedomani oleh media massa, Pamela J. Shoemaker memetakan jurnalistik atau media massa dalam tiga bidang atau tiga area sebagai berikut :

- Bidang atau area terluar disebut dengan bidang penyimpangan (*Sphere of Deviance*), bidang ini berisi tentang nilai-nilai yang dipahami dan dipegang bersama oleh seluruh anggota komunitas. Pada area atau bidang ini suatu kejadian/peristiwa, gagasan atau perilaku (realitas) tertentu dipandang menyimpang sehingga akan dikucilkan.
- Bidang atau lapisan yang lebih dalam lagi adalah bidang kontroversi (*sphere of legitimate controversy*), pada area atau bidang ini suatu kejadian/peristiwa, perilaku dan atau gagasan (realitas) dipandang menyimpang dan buruk, realitas masih diperdebatkan atau dipandang sebagai sebuah kontroversi.
- Bidang atau area paling tengah adalah bidang konsensus, pada area ini menunjukkan bagaimana suatu peristiwa, perilaku, gagasan (realitas) dipahami dan disepakati secara bersama-sama sebagai realitas yang sesuai dengan nilai-nilai atau ideologi yang dipegang dan diyakini oleh kelompok.

Berkaitan dengan ideologi, Radar Madiun dalam menjalankan aktifitasnya tidak mengusung ideologi tertentu dalam artian tidak mengikuti paham atau ajaran ideologi tertentu, namun sebagai media Radar Madiun menjunjung

tinggi nilai-nilai kebenaran dan kejujuran dalam menyampaikan informasi kepada pembacanya.

Politik yang dilakukan oleh media dapat dikategorikan ke dalam dua sisi yaitu politik dalam arti afiliasi atau dukungan politik pada partai atau penguasa dan politik dalam arti keinginan media untuk mempertahankan eksistensinya. Dua sisi ini tak jarang dijalankan secara bersamaan oleh media baik cetak maupun elektronik. Afiliasi politik dapat mempengaruhi kebijakan redaksional karena dibalik sajian berita dan informasi akan diarahkan untuk mendukung partai politik tertentu atau untuk mendukung penguasa, atau dengan kata lain media dapat berperan sebagai pendukung atau oposisi terhadap suatu partai tertentu atau kepada penguasa.

Terkait dengan hal ini Radar Madiun dalam menjalankan aktifitasnya tidak terpengaruh oleh partai politik tertentu, termasuk dalam menerapkan kebijakan redaksional tidak dipengaruhi oleh hal tersebut. Kondisi ini memberikan keleluasaan kepada wartawan dan redaktur dalam mengumpulkan dan atau memilih berita yang akan disajikan kepada masyarakat. Sementara itu dalam kaitan politik media untuk mempertahankan eksistensinya hal ini berhubungan erat dengan media sebagai industri. Didalam industri media ada berbagai pihak yang saling terkait yaitu pemilik media, para pegawai termasuk di dalamnya adalah para wartawan dan karyawan lainnya, para pemasang iklan dan tentunya masyarakat luas sebagai pasar dari industri media.

Berbicara tentang eksistensi dan keberlanjutan media, faktor ekonomi atau bisnis menjadi pertimbangan utama. Sebagai sebuah industri, media harus membukukan keuntungan agar dapat memberikan pemasukan bagi pemilik media, mampu membiayai rutinitas media termasuk menggaji seluruh elemen yang berkaitan baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan industri media. Tak terkecuali Radar Madiun, sebagai sebuah industri media yang harus mempertahankan idealismenya

dalam menyajikan berita atau informasi kepada masyarakat namun tidak dipungkiri bahwa profit atau keuntungan mendapat perhatian tersendiri dari pihak manajemen, kondisi ini sedikit banyak akan mempengaruhi kebijakan redaksional dalam penyajian berita kepada masyarakat.

Salah satu sumber pendapatan media adalah dari biaya pemasangan iklan. Radar Madiun memang menyediakan ruang khusus untuk dimanfaatkan pihak-pihak yang ingin memasang iklan, pemerintah daerah biasanya memanfaatkan ruang yang disediakan untuk iklan sebagai sarana penyampaian berbagai program dan sasaran pembangunan yang telah dan akan dicapai dimasa mendatang, dalam hal ini tulisan yang disajikan biasanya berbentuk berita yang bersifat advertorial.

Berita semaca ini dapat memberikan nada positif pada pemberitaan Radar Madiun terkait pemerintah daerah yang bersangkutan, namun idealisme para wartawan dan redaktur dalam mengolah data dan fakta menjadi berita tentunya tidak dapat sepenuhnya dipengaruhi oleh divisi marketing. Meskipun diakui juga baik pemimpin redaksi maupun para wartawan sebagai informan dalam penelitian ini bahwa sisi bisnis memang menjadi pertimbangan tersendiri dalam penyajian berita.

Lebih jauh lagi pemimpin redaksi menyampaikan bahwa ada beberapa prinsip yang dipegang oleh para redaktur dalam menjaga mutu produk, prinsip-prinsip tersebut menjadi panduan bagi wartawan dan para redaktur dalam menyajikan berita kepada masyarakat. Prinsip-prinsip tersebut adalah bersikap kritis, berpihak pada pembaca, super lokal dalam artian mengutamakan isu-isu lokal, informatif, edukatif dan bijak.

Simpulan

Kecenderungan arah/nada (*Tone*) berita Radar Madiun Terkait pemerintah daerah yang menjadi lokus penelitian dapat disajikan dalam tabel berikut ini .

Tabel 5.
Kecenderungan Arah
Periode 1 Juli -30 September 2014

| Pemerintah Kabupaten | Kecenderungan Arah/Nada (<i>Tone</i>) | |
|----------------------|---|-------------------------|
| | Penyelenggaraan Pemerintahan | Pelaksanaan Pembangunan |
| Ngawi | Netral | Negatip |
| Madiun | Negatip | Positip |
| Magetan | Netral | Netral |

Sumber : Data olahan

Sedangkan kebijakan redaksional Radar Madiun dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Faktor Ideologi
Kebijakan redaksional Radar Madiun tidak terikat oleh ideologi atau paham tertentu, namun sebagai media Radar Madiun menjunjung tinggi nilai-nilai kebenaran dan kejujuran dalam menyampaikan informasi kepada pembacanya.
2. Faktor Politik, politik disini bukanlah politik dalam arti afiliasi kepada partai politik tertentu termasuk partai politik pendukung Kepala Daerah yang sedang berkuasa. Politik yang dimaksud lebih berkaitan dengan usaha media untuk mempertahankan eksistensi atau keberadaannya serta upaya untuk menjaga keberlangsungan industri media.
3. Faktor Ekonomi, hal inilah yang paling mempengaruhi kebijakan redaksional Radar Madiun. Faktor ini berkaitan dengan aktifitas bisnis media.
4. Faktor Sosial budaya, faktor ini juga berpengaruh terhadap kebijakan redaksional karena hal ini berkaitan langsung dengan masyarakat sebagai konsumen
5. Beberapa ketentuan yang harus ditaati wartawan maupun redaktur dalam menulis dan merancang sebuah berita antara lain bersikap kritis, berpihak pada pembaca, super lokal dalam artian mengutamakan isu-isu lokal, informatif, edukatif dan bijak.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Aceng, 2000, *Press Relations Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*, PT. Bandung: Remaja Rosdakara
- Eriyanto, 2013, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Flourney, Don Michael, 1989, *Analisa Isi Surat Kabar Surat Kabar Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Kusumaningrat, Hikmah dan Kusumaningrat Kusuma, 2014, *Jurnalistik Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Littlejohn, Stephen W, Karen A. Foss, 2011, *Theories of Human Communication Tenth Edition*, Illinois: Waveland Press Inc Long Grove
- Mc.Quail, Dennis, 2011 *Teori Komunikasi Massa (terjemahan)*, Jakarta: Salemba Humanika
- Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D. 1996, *Mediating The Message : Theoris of Influences on Mass Media Content, Second Edition*, California: Longman Publisher
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta
- The Tone of Local Presidential News Coverage*, Political Communication, 27:121-140, 2010 ISSN: 1058-4609 print / 1091-7675 online DOI:0.1080/10584600903502623 <http://www.psc.iunt.edu/~EshbaughSoha/PolCom10.pdf>
- Hadiprashada, Dhanuresto, 2009, *Pemberitaan Media Cetak Dalam Kampanye Pemilu Presiden Tahun 2009* Tesis, Universitas Sebelas Maret Surakarta 2010.

Literasi Budaya Partisipatif Penggunaan Media Baru pada Siswa SMA di DKI Jakarta

Endah Murwani
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara
Email: endahmurwani@umn.ac.id

Abstract

This research background is that new media open the chance to participate for self expression, content production and creativity. Potential of new media shape convergent people and direct to participative culture and allow people to become prosumer, producer and consumer. The foundation for this research concept is the new media participative culture from Henry Jenkins that classified as affiliation, expression, collaborative problem solving and circulation. This research divided in two steps. First, research goal is to identify participative culture of teenager in using new media. Data gathered from questionnaire on 200 high school students in Jakarta, by using multistage random sampling technique. The second step goal is to create a model indicator of participative culture literation, by doing a Focus Group Discussion (FGD), interview, expert observation, testing and implementation. The result of the research showed that activity of participative culture still at content exchange not yet lead to content creation. Participative culture literation indicator on new media focused for increasing the interaction skill in new media environment; skill to searching, accessing, changing and distributing content; skill to saving, processing and taking information; skill to processing, interpreting and displaying information; skill that criticize/evaluate/value information; and skill to produce creative content that lead on local values.

Keywords: *literation, participative culture, new media*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa media baru membuka kesempatan partisipasi untuk berkekrativitas, ekspresi diri dan produksi konten. Potensi penggunaan media baru ini membentuk masyarakat konvergensi yang mengarah pada budaya partisipatif dan memungkinkan orang-orang menjadi prosumer, produsen sekaligus konsumen. Acuan konsep yang mendasari penelitian ini adalah budaya partisipatif media baru dari Henry Jenkins yang diklasifikasikan dalam afiliasi, ekspresi, pemecahan masalah kolaboratif dan sirkulasi. Penelitian ini terbagi dua tahap. Pertama, bertujuan mengidentifikasi budaya partisipatif remaja dalam menggunakan media baru. Data dikumpulkan melalui kuesioner pada 200 siswa SMA di DKI Jakarta, dengan teknik multistage random sampling. Tahap kedua, bertujuan untuk literasi budaya partisipatif – dilakukan dengan Focus Group Discussion (FGD), wawancara, tinjauan ahli, uji coba dan implementasi. Hasil penelitian menunjukkan aktivitas budaya partisipatif yang telah dilakukan masih pada *content exchange* belum mengarah pada *content creation*. Indikator literasi budaya partisipatif pada penggunaan media baru difokuskan untuk meningkatkan ketrampilan berinteraksi dalam lingkungan media baru; ketrampilan untuk mencari, mengakses, mengubah dan mendistribusikan konten; ketrampilan untuk menyimpan, mengolah, dan mengambil informasi; keterampilan untuk mengolah, menafsirkan dan menampilkan informasi;

keterampilan secara kritis mengevaluasi/menilai informasi; dan ketrampilan menghasilkan konten kreatif yang mengarah pada nilai-nilai local.

Kata Kunci: literasi, budaya partisipatif, media baru

Pendahuluan

Fenomena digital natives sedang tumbuh di Indonesia. Hal ini tampak tergambar dari data statistik yang dikeluarkan oleh www.internetworldstats.com yang menunjukkan bahwa pengakses internet di wilayah Asia, Indonesia menempati urutan kelima setelah China, Jepang, India, dan Korea Selatan. Data yang dilansir oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia terus meningkat. Tahun 2014 penetrasi pengguna internet di Indonesia telah mencapai 88,1 juta orang atau 34,9% dari total penduduk Indonesia. Berdasarkan usia pengguna, hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia yakni 49% adalah berusia 18-25 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa segmen pengguna internet di Indonesia adalah mereka yang termasuk dalam kategori digital natives. Sedangkan alat yang digunakan untuk mengakses internet mayoritas menggunakan telepon selular (85%).

Demikian pula dari sisi penggunaan media komunikasi, jejaring sosial telah mengubah cara orang berinteraksi. Jejaring sosial telah menggeser penggunaan email dan messenger sebagai sarana orang berkomunikasi. Munculnya jejaring sosial baru yang menawarkan layanan fitur-fitur lebih lengkap menggeser juga jejaring sosial yang telah ada sebelumnya. Bila 2-3 tahun yang lalu facebook dan twitter masih bertengger sebagai jejaring sosial dengan jumlah pengguna terbanyak. Akan tetapi, saat ini para remaja berangsur-angsur beralih ke jejaring sosial dan layanan aplikasi berbasis web seperti Instagram, Path, Snapchat dan LINE. Data yang dilansir bulan Agustus 2015 memperlihatkan trend penggunaan media LINE oleh para remaja, menempatkan Indonesia

menjadi negara ke 3 terbesar penggunaan LINE.

Apa yang dipaparkan diatas memperlihatkan bahwa media baru telah menjadi tempat pusat bagi kehidupan sosial dan budaya anak-anak muda. Kekuatan besar media baru ini telah digenggam oleh anak-anak muda. Dunia masa depan adalah dunia para digital natives. Budaya dan gaya hidup masa depan adalah budaya dan gaya hidup digital natives. Bagi mereka, media baru memberikan akses kemudahan dan kesempatan interaksi yang semakin luas dan cepat untuk membangun jejaring sosial, sarana berekspresi, berbagi gagasan dan pendapat. Menurut Livingstone (2002: 2) media baru membuka kesempatan bagi partisipasi demokratis dan komunitas untuk berkekrativitas, ekspresi diri dan tak terbatasnya pengetahuan dapat mendukung keberagaman, perbedaan dan debat yang sehat. Bahkan Jenkins (2006) melihat potensi penggunaan media baru ini akan memunculkan budaya partisipatif yang memungkinkan orang-orang menjadi prosumer - produsen sekaligus konsumen.

Dari penelusuran penelitian yang dilakukan di Indonesia ternyata sejauh ini tidak ada penelitian yang komprehensif dan masif menyangkut kategori budaya partisipatif penggunaan media baru oleh remaja Indonesia. Data TNS yang disebut Digital Life yang selama ini seringkali menjadi acuan para peneliti untuk melakukan penelitian terkait dengan komunikasi pemasaran di era digital hanya menyediakan data pengakses dan pengguna internet di berbagai negara secara general, kemudian mengkategorikan dalam kelompok demografi secara sederhana. Demikian pula survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang profil pengguna internet Indonesia, hanya menyediakan

data mengenai gambaran penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia.

Sedangkan penelitian-penelitian yang terkait dengan penggunaan media baru lebih cenderung merupakan data parsial para peneliti dalam lingkup lokal. Ketidakterediaan *data base* secara komprehensif menyangkut kategori penggunaan media baru oleh remaja di Indonesia menjadi salah satu hal yang menyebabkan sulitnya pemerintah maupun pihak-pihak yang berkepentingan untuk merancang kebijakan, regulasi, model maupun mengimplementasikan program yang tepat terkait dengan masa depan anak-anak muda Indonesia. Terlebih lagi pada tahun 2030 akan terjadi bonus demografi, yang merupakan momentum untuk menyiapkan anak-anak muda Indonesia menjadi lebih produktif dan inovatif dalam penggunaan media baru.

Dalam penggunaan media baru, budaya partisipatif ini sangat potensial sehingga remaja perlu dikembangkan kemampuannya untuk menjadi produser, kreator dan distributor yang mumpuni. Untuk itu diperlukan pengembangan model literasi budaya partisipatif dalam penggunaan media baru. Jenkins (2006) menyatakan bahwa sifat teknologi yaitu interaktivitas mendorong munculnya budaya partisipatif. Jenkins (2006) memaparkan bahwa budaya partisipatif adalah budaya dimana orang-orang (baik sebagai pribadi maupun publik) tidak dapat bertindak sebagai konsumen saja, tetapi juga menjadi kontributor atau produser (prosumers). Internet memungkinkan orang secara pribadi untuk menciptakan dan mempublikasikan media melalui internet. Budaya baru ini menghubungkan internet yang digambarkan sebagai web 2.0.

Meningkatnya akses ke internet telah menjadi suatu bagian integral dalam ekspansi budaya karena meningkatkan kemampuan orang bekerja kolaboratif yakni mengembangkan dan menyebarkan berita, ide dan karya-karya kreatif dan berhubungan dengan orang yang memiliki tujuan dan kepentingan yang sama. Potensi budaya partisipatif untuk keterlibatan

dan ekspresi kreatif telah diteliti oleh Jenkins (2007). Budaya partisipatif dianggap potensial karena 1) hambatan untuk ekspresi artistik dan keterlibatan anggota termasuk relatif rendah; 2) adanya dukungan yang kuat untuk menciptakan dan membagi kreasi dengan orang lain; 3) kepercayaan diantara para anggota tentang cara mereka saling memberi kontribusi; 4) adanya tingkat koneksi sosial dengan orang lain.

Potensi budaya partisipatif dalam media baru memunculkan perspektif tentang literasi media baru (*New Media Literacies – NML*). Literasi pada media baru tersebut lebih menekankan pada peran individu sebagai peserta aktif dalam kreasi dan distribusi artefak budaya (Jenkins, 2006). Perspektif literasi didasarkan pada studi literasi media dan termasuk pula penekanan pada keterampilan evaluasi kritis dan reflektif (Gee, 2010). Perhatian utama literasi media baru adalah kesempatan dan tantangan yang dihadapi lingkungan media digital yang semakin kompleks.

Beberapa aspek yang menjadi perhatian sebagai tantangan literasi media baru, diantaranya adalah ketimpangan akses, kesempatan partisipasi, pengalaman atau pengetahuan. Aspek ini disebut Jenkins et al (2006) sebagai 'kesenjangan partisipasi'. Lebih lanjut Jenkins menyatakan bahwa kesenjangan dilihat dari orang yang hanya berdaya sebagai konsumen tetapi tidak dalam penciptaan isi/pesan, atau bahkan tidak berbagi isi/pesan. *Kedua*, bidang yang menjadi persoalan adalah berkaitan dengan kemampuan untuk mengevaluasi informasi dalam ruang digital secara kritis (Flanagin & Metzger, 2008). Persoalan ini juga menyebabkan persoalan pada kredibilitas dan kepercayaan di lingkungan *online*. *Ketiga*, tantangan mengenai persoalan etika di dunia cyber, privasi on line, keamanan identitas, masalah hak cipta dan kepemilikan.

Bentuk-bentuk budaya komunikasi partisipatif menurut Jenkins (2006 :3) sebagai berikut 1) Afiliasi – keanggotaan formal dan informal dalam kelompok atau komunitas online seperti facebook, twitter ataupun mailing list;

2) Ekspresi – menghasilkan bentuk-bentuk kreatif baru seperti fan fiction; 3) Penyelesaian Masalah Kolaboratif – bekerjasama dalam tim, formal dan informal – untuk melengkapi tugas dan mengembangkan pengetahuan baru (misal melalui Wikipedia); 4) Sirkulasi – membentuk aliran media (seperti podcasting atau bogging)

Paparan diatas memperlihatkan bahwa budaya partisipatif ini sangat potensial sehingga remaja perlu dikembangkan kemampuan untuk menjadi produser, kreator dan distributor yang mumpuni. Persoalannya, apakah digital native Indonesia hanya berbangga sebagai pengguna internet dan jejaring sosial terbesar? apakah digital native Indonesia telah menggunakan media baru secara optimal untuk menjadi inovator, produser atau kontributor yang bisa merubah lingkungan media?

Untuk mengantisipasi hal tersebut, penelitian ini dilakukan dua tahap. Tahap pertama mengidentifikasi aktivitas-aktivitas budaya partisipatif seperti apa yang telah dilakukan oleh siswa? Setelah terpetakan kategori dan budaya partisipatif penggunaan media baru,

Metode Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk berupa model literasi budaya partisipatif penggunaan media baru dalam proses pembelajaran. Pada tahap pertama, penelitian bersifat deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi penggunaan media baru dan mengidentifikasi kategori budaya partisipasi remaja. Setelah diperoleh pemetaan tentang kategori penggunaan media baru dan budaya partisipatif, maka pada tahap kedua disusun pengembangan indikator-indikator untuk model literasi budaya partisipatif, yang lebih mengarah pada jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Secara keseluruhan target dari penelitian ini adalah tersusun dan terimplementasinya model literasi budaya partisipatif penggunaan media baru dalam proses pembelajaran.

Untuk pemetaan aktifitas budaya partisipatif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yaitu untuk memperoleh data mengenai kategori budaya komunikasi

Tahapan dan Target Kegiatan

| Tahap Pertama | Tahap Kedua |
|---|---|
| Target : Pemetaan kategori penggunaan media baru dan budaya komunikasi partisipatif | Target : Pengembangan Model Literasi Budaya Komunikasi Partisipatif |
| <ul style="list-style-type: none"> • Teridentifikasinya kategori penggunaan media baru oleh para remaja • Teridentifikasinya kategori budaya komunikasi partisipatif remaja | <ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan indikator-indikator model literasi budaya komunikasi partisipatif remaja dalam komunitas on line • Tersusunnya model literasi budaya komunikasi partisipatif remaja dalam komunitas on line |
| Implementasi model literasi budaya komunikasi partisipatif remaja dalam komunitas on line | |

maka pada tahap kedua ini dikembangkan model literasi budaya partisipatif penggunaan media baru dalam proses pembelajaran siswa SMA.

partisipatif remaja – dalam penelitian ini siswa SMA di DKI Jakarta. Siswa SMA dipilih sebagai obyek penelitian, dengan pertimbangan sebagai

berikut : 1) siswa SMA termasuk dalam kategori usia remaja; 2) siswa SMA merupakan *digital native* yang diasumsikan lahir dan tumbuh dalam era media baru; 3) siswa SMA potensial untuk dikembangkan budaya partisipatif dalam komunitas online. Mengenai dipilihnya wilayah DKI Jakarta, dengan pertimbangan fenomena gaya hidup *digital native* bertumbuh di Jakarta sebagai kota metropolitan.

Dari data yang diperoleh terdapat sebanyak 116 SMA Negeri dan 426 SMA Swasta yang tersebar di 5 wilayah kotamadya DKI Jakarta. Sedangkan teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan area sampling. 5 (lima) kotamadya yang ada di DKI Jakarta diasumsikan sebagai area. Dalam upaya memperoleh keterwakilan dari berbagai kondisi, pemilihan sampel dilakukan melalui beberapa tahap. Langkah-langkah pengambilan sampel dilakukan dengan prosedur sebagai berikut

a. Langkah pertama menentukan 2 SMA (SMA Negeri dan SMA Swasta) yang berada di masing-masing wilayah kotamadya DKI Jakarta. Pemilihan dilakukan secara acak atas sekolah yang berada pada masing-masing wilayah kotamadya.

Langkah ini menghasilkan 10 SMA masing-masing 5 SMA Negeri dan 5 SMA Swasta yang berada di 5 wilayah kotamadya di DKI Jakarta yaitu sbb :

| Wilayah | SMA Negeri Terpilih | SMA Swasta Terpilih |
|-----------------|---------------------|-----------------------|
| Jakarta Barat | SMA Negeri 112 | SMA Tunas Muda |
| Jakarta Selatan | SMA Negeri 8 | SMA Islam Al Azhar 1 |
| Jakarta Pusat | SMA Negeri 68 | SMA Muhamadiyah 1 |
| Jakarta Timur | SMA Negeri 81 | SMA Kristen Penabur 7 |
| Jakarta Utara | SMA Negeri 45 | SMA Don Bosco |

b. Langkah kedua memilih sampel secara acak dari populasi di SMA Negeri-Swasta terpilih.

c. Jumlah Sampel sebanyak 200 orang, ditentukan berdasarkan populasi dari

masing-masing SMA Negeri-Swasta yang terpilih di wilayah kotamadya DKI Jakarta.

Selain menggunakan kuesioner, teknik *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan untuk menggali lebih mendalam tentang budaya komunikasi partisipatif para siswa SMA dalam komunitas on line. Dalam penelitian ini FGD dilakukan untuk setiap SMA terpilih, dengan peserta 6-10 orang per kelompok. Data dan informasi yang dikumpulkan melalui FGD antara lain terkait dengan jenis media baru, fungsi dan manfaat media baru, penggunaan media baru dan keterlibatan para siswa dalam media baru.

Secara rinci tahap pelaksanaan penelitian sebagai berikut : Pertama, menyusun indikator literasi budaya partisipatif penggunaan media baru dengan cara mengidentifikasi ketrampilan sosial yang terkait dengan literasi budaya partisipatif yaitu afiliasi, ekspresi, penyelesaian masalah kolaboratif dan sirkulasi. Kedua, mengembangkan desain model literasi budaya partisipatif. Pada tahap ini dilakukan diskusi kelompok terbatas dan wawancara pada pengambil kebijakan, guru, orang tua, ahli teknologi komunikasi, dengan tujuan untuk mendiskusikan hasil identifikasi budaya partisipatif siswa dalam proses pembelajaran. Ketiga, hasil diskusi kelompok terbatas dan wawancara digunakan untuk menyusun desain model literasi budaya partisipatif. Desain model

literasi budaya partisipatif yang telah tersusun dikonsultasikan pada beberapa ahli terkait, untuk mendapatkan masukan dan evaluasi terhadap model literasi budaya partisipatif. Keempat, analisis dan revisi desain model literasi budaya

partisipatif. Hasil tinjauan dari beberapa ahli akan dijadikan sebagai bahan untuk menganalisis model dan rencana literasi budaya partisipatif. Tahap ini akan menghasilkan sebuah model yang sudah divalidasi oleh ahli. Kelima, uji coba model literasi budaya partisipatif penggunaan media baru pada siswa. Keenam, pelatihan literasi budaya partisipatif penggunaan media baru dalam proses pembelajaran pada guru SMA. Pelatihan bertujuan membantu menerapkan budaya partisipatif dalam kegiatan belajar mengajar. Ketujuh, implementasi model literasi budaya partisipatif.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah 1) wawancara yang dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi ketrampilan sosial siswa dalam menggunakan media baru. Siswa yang diwawancara sebanyak 10 orang dari 3 SMA di DKI Jakarta; 2) *Focus Group Discussion* (FGD), dilakukan untuk membahas hasil wawancara dan materi-materi yang akan dimasukkan sebagai indikator model literasi budaya partisipatif; 3) Evaluasi, metode ini dilakukan untuk menguji model literasi budaya partisipatif.

Hasil dan Pembahasan Aktifitas Budaya Partisipatif

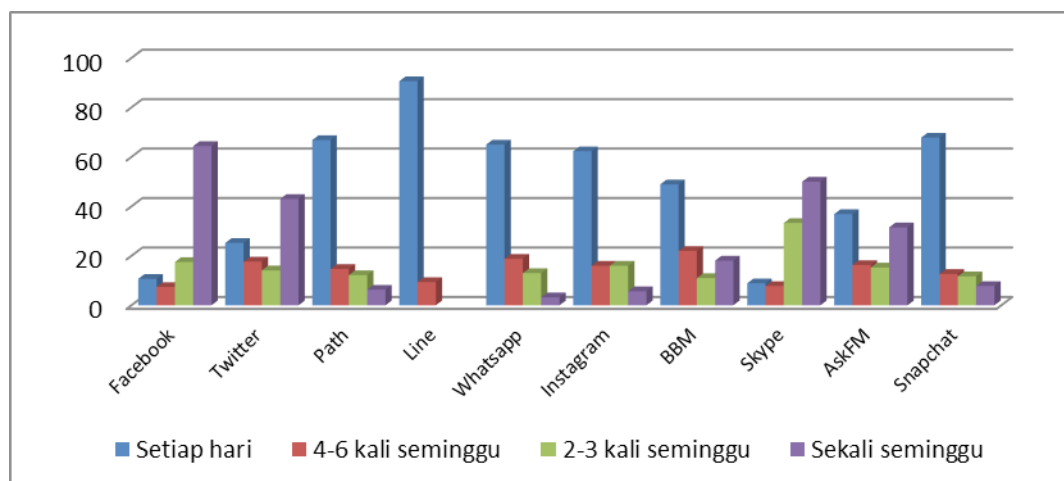
Hasil penelitian para siswa SMA di DKI Jakarta memperlihatkan aktivitas keseharian para siswa tidak lepas dari penggunaan media baru.

Akan tetapi aktivitas-aktivitas penggunaan media baru masih cenderung sebatas sebagai *consumer*, belum mengarah pada prosumer (produser sekaligus konsumen) dan budaya partisipatif. Pemetaan aktivitas budaya partisipatif responden dalam menggunakan media baru dikategorikan menjadi : 1) Afiliasi, penggunaan media baru menjadikan keanggotaan formal maupun informal dalam komunitas online; 2) Ekspresi, penggunaan media baru menghasilkan bentuk-bentuk kreatif baru; 3) Penyelesaian masalah kolaboratif - penggunaan media baru untuk bekerjasama dalam tim, baik secara formal maupun informal, untuk menyelesaikan tugas dan mengembangkan pengetahuan baru. 4) Sirkulasi, media baru digunakan untuk membentuk sirkulasi media.

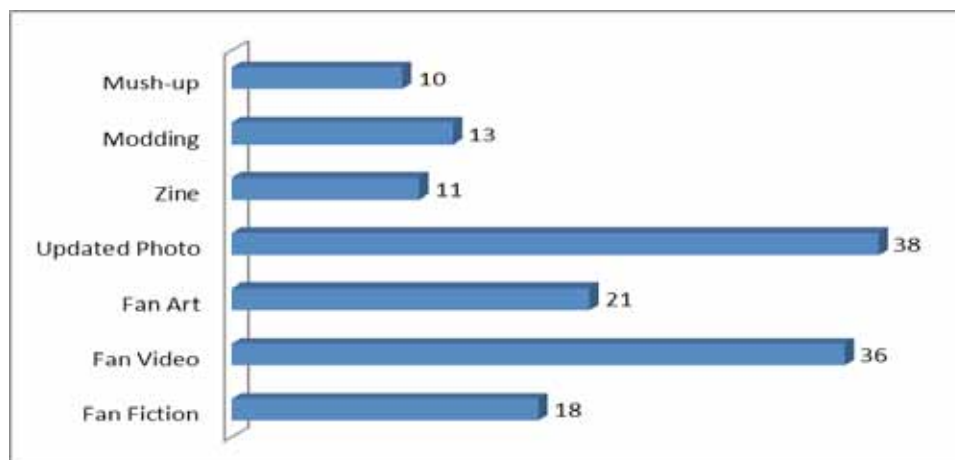
Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk aktifitas afiliasi, para siswa telah bergabung dalam keanggotaan dari berbagai jejaring sosial seperti Path, Instagram, Snapchat, Twitter maupun layanan aplikasi web seperti LINE dan Whatsapp. Aktivitas yang dilakukan dalam jejaring sosial sebagian cenderung pasif hanya untuk *'stalking'* yakni memantau atau mengikuti aktivitas yang dilakukan pengguna jejaring sosial. Aktivitas berbagi konten seperti informasi, pengetahuan, pengalaman, ide, foto, video masih belum optimal.

a partisipatif yang kedua adalah ekspresi, penggunaan media baru menghasilkan bentuk-

Grafik 1. Keaktifan dalam Jejaring Sosial



Grafik 2. Budaya Partisipatif : Aktivitas Ekspresi



bentuk kreatif baru seperti *Fan Fiction*, *Fan Video*, *Fan Art*, *Updated Photo*, *Zine*, *Mush-up*, *Moding* dan *skining*.

Hasil penelitian menunjukkan hanya 18% responden mengaku pernah menulis Fan Fiction yang biasa disingkat FanFic. FanFic ini merupakan sebuah karya yang dibuat oleh penggemar (fans) berdasarkan pada kisah, karakter atau setting yang sudah ada. FanFic bisa berlaku untuk film, TV, komik, novel, selebritis dan karakter terkenal lainnya yang diceritakan menurut persepsi mereka. Selebihnya mereka hanya penikmat dan pengamat FanFic atau disebut sebagai *silent reader*, melalui situs-situs blog komunitas FanFic yang paling terkenal yaitu www.fanfiction.com atau www.fanfiction.net yang merupakan komunitas terbesar penulis FanFic dunia.

Sedangkan untuk Fan Video, sebesar 36% responden pernah membuat fan video. Selebihnya para responden menjadi penikmat fan video. Sementara untuk Fan Art, sebanyak 16% responden yang telah menghasilkan suatu hasil karya seni yang berdasarkan pada suatu karakter/kostum/cerita. Untuk *updated photo*, sebanyak 38% responden menyatakan pernah melakukannya dengan aplikasi-aplikasi seperti Photoshop, Corell Draw, atau aplikasi yang ada dalam telepon selular, seperti InstaMag,

Bentuk ekspresi lainnya adalah Zine, yakni suatu bentuk publikasi yang diterbitkan oleh pembuatnya – otonom dan non komersial. Hasil

penelitian menunjukkan hanya 11% responden yang pernah membuat Zine. Sedangkan *modding* – suatu bentuk ekspresi yang berkaitan dengan memodifikasi/mengedit telepon seluler baik *software* maupun *hardware*. Sebanyak 13% responden mengaku pernah melakukan aktivitas *modding* dengan memodifikasi telepon seluler yang standar menjadi lebih lengkap. Selain itu, ada yang pernah melakukan *modding games*.

Bentuk budaya partisipatif ekspresi lainnya adalah Mashup – aplikasi web yang mengkombinasikan data lebih dari satu sumber ke dalam satu aplikasi yang terintegrasi. Mashup bisa dilakukan untuk music maupun video. Music Mashup merupakan teknik menggabungkan dua lagu atau lebih menjadi satu lagu secara online, sedangkan Video Mashup adalah teknik pengeditan video secara online yang menggabungkan berbagai sumber seperti videoklip, suara, lagu, foto, grafik mupun efek khusus yang diolah dan ditampilkan menjadi video yang lebih lengkap. Dari data yang terkumpul di lapangan, hanya 10% responden yang menyatakan pernah melakukan mashup video dan musik.

Secara keseluruhan hasil penelitian memperlihatkan belum optimalnya aktivitas para siswa SMA DKI Jakarta menghasilkan konten kreatif dan inovatif. Posisi para siswa masih cenderung sebagai penikmat dan pengamat bentuk-bentuk kreatif tersebut.

Ketiga, pada kategori penyelesaian

masalah kolaborasi - memperlihatkan kolaborasi sebagai bentuk budaya partisipatif sudah dilakukan para siswa SMA DKI Jakarta, terutama dalam kerjasama melengkapi dan menyelesaikan tugas-tugas sekolah. Keempat, pada kategori sirkulasi - memperlihatkan belum banyak siswa yang memiliki blog.

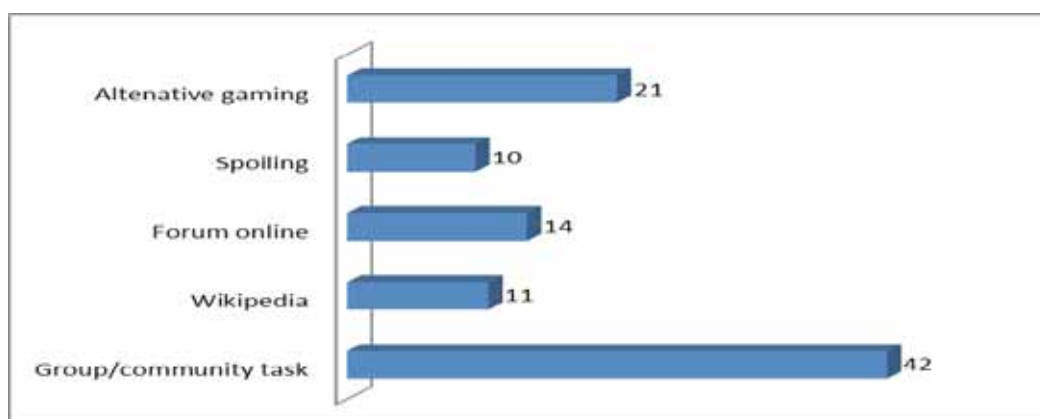
Hasil penelitian memperlihatkan kolaborasi sebagai bentuk budaya partisipatif sudah dilakukan para siswa SMA DKI Jakarta, terutama dalam kerjasama melengkapi dan menyelesaikan tugas-tugas sekolah. Selain itu, sebagian sudah melakukan kolaborasi project melalui keanggotaan mereka dalam komunitas online, terutama untuk alternative gaming. Meskipun sifat kolaborasi ini masih dalam

kolaborasi dalam lingkup lebih luas.

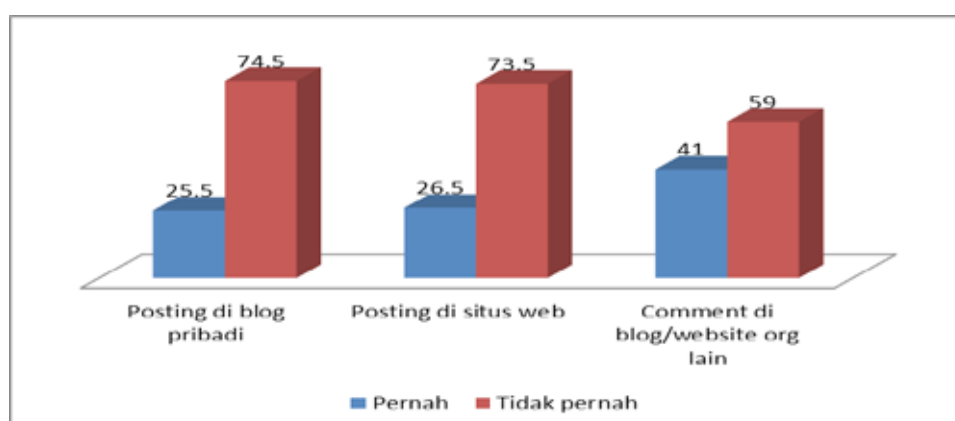
Bentuk budaya partisipatif yang keempat adalah sirkulasi – kegiatan membentuk aliran informasi dalam media baru. Salah satu bentuk sirkulasi media adalah *blogging* dan *podcasting*. *Blogging* adalah aplikasi web yang berupa tulisan atau gambar – sebagai suatu cara mengkomunikasikan gagasan, pikiran atau ide-ide. Penelitian ini hanya menemukan hanya 25.5% dari 200 siswa SMA di DKI Jakarta yang memiliki blog pribadi. Beberapa orang yang memiliki blog pribadi mengaku sudah tidak aktif lagi untuk memposting informasi dan karya diri sendiri.

Aktivitas lain yang termasuk kategori *blogging* adalah memposting informasi di website atau blog orang lain dan memberikan *comment* di

Grafik 3. Budaya Partisipatif – Penyelesaian Masalah Kolaboratif



Grafik 4. Budaya Partisipatif – Sirkulasi melalui Blog/Website



lingkup sekolah dan komunitas, setidaknya akan memberikan peluang untuk melakukan

situs web atau blog orang lain. Hasil penelitian menunjukkan hanya 26.5% responden yang

pernah melakukannya. Demikian pula dengan aktivitas memberikan komentar di web dan blog orang lain, lebih dari separuh responden (59%) mengaku tidak pernah melakukan aktivitas tsb.

Dari 51 responden yang memiliki blog pribadi, data yang terkumpul menunjukkan sebanyak 45,1% responden memposting seminggu sekali di blog pribadinya. Hal-hal apa saja yang diposting oleh responden di blog pribadinya? Menurut penuturan responden, yang diposting biasanya adalah kegiatan yang dilakukan di sekolah, pengalaman menarik dan unik.

Hasil diatas mengerucutkan perlunya literasi tentang pentingnya mengembangkan budaya partisipatif dalam jejaring sosial. Potensi penggunaan jejaring sosial oleh para remaja sangat besar, sehingga potensi para remaja perlu dikembangkan menjadi creator, innovator dan produser yang dapat merubah lingkungan media. Selain itu, untuk mengembangkan budaya kolaborasi dan sirkulasi – para guru bisa mengoptimalkan kemampuan kolaborasi dan sirkulasi melalui pelajaran dan tugas-tugas yang diberikan pada para siswa. Demikian pula dengan orang tua yang dapat ikut berkontribusi mengembangkan budaya partisipatif melalui sosialisasi nilai-nilai.

Identifikasi Penggunaan Media Baru Dalam Proses Pembelajaran

Hasil wawancara dengan para guru memperlihatkan bahwa penggunaan media baru dalam proses pembelajaran ternyata sebagian besar guru telah melakukan terutama dalam hal pemberian tugas yang diberikan pada siswa. Beberapa masalah terkait dengan ketrampilan penggunaan media baru diantaranya : 1) akses penggunaan media baru para siswa di sekolah. Kendala akses internet di beberapa sekolah yang seringkali guru tidak bisa secara optimal mengakses informasi; 2) seleksi menyaring sumber-sumber informasi untuk penyelesaian tugas. Banjirnya informasi bisa membuat siswa kurang mampu untuk menyeleksi sumber-sumber yang tepat. Untuk mengatasi masalah

tersebut, beberapa guru telah melakukan cara dengan memberikan sumber-sumber informasi yang menjadi acuan tugas; 3) pengolahan dan mengintegrasikan informasi yang diperoleh. Masalah yang sering terjadi adalah siswa hanya mengambil dari satu sumber, belum optimal untuk menggabungkan sumber-sumber informasi yang dikumpulkan.

Penyusunan indikator literasi budaya partisipatif penggunaan media baru dalam proses pembelajaran siswa SMA merupakan gabungan dari konsep yang ditawarkan Jenkins (2006) dan kerangka kurikulum literasi digital ICT. Literasi Jenkins diarahkan pada 1) Ketrampilan berinteraksi dengan dan dalam lingkungan jejaring sosial, terutama *cultural competency*; 2) Ketrampilan berkaitan dengan kemampuan untuk mencari, mengakses, mengubah dan mendistribusikan konten; 3) Ketrampilan berkaitan dengan kemampuan untuk menyimpan, mengolah, dan mengambil informasi – secara individual, dengan bantuan piranti digital atau dalam sekelompok orang yang mengumpulkan informasi/pengetahuan untuk mencapai tujuan bersama; 4) Keterampilan berkaitan dengan kemampuan untuk mengalihkan perhatian di antara beberapa aliran informasi atau mengikuti alur cerita dari beberapa format media; 5) Keterampilan berkaitan dengan kemampuan untuk mengolah, menafsirkan dan menampilkan informasi; 6) Keterampilan berkaitan dengan kemampuan untuk secara kritis mengevaluasi/menilai informasi; 7) Ketrampilan berkaitan dengan kemampuan menghasilkan konten kreatif yang mengarah pada nilai-nilai lokal.

Sedangkan dari kerangka kurikulum literasi digital, ada 6 unsur yang akan diukur kompetensinya yaitu : 1) akses – mengetahui cara mengumpulkan dan mendapatkan kembali informasi; 2) mengatur – menerapkan metode pengaturan informasi yang sudah ada; 3) mengintegrasikan - menginterpretasikan dan menyajikan informasi yang sudah diringkas, dan dibandingkan; 4) Evaluasi- penilaian tentang kualitas, relevansi, kemanfaatan, dan efisiensi informasi; 5) produksi - menyajikan informasi

dengan cara melakukan adaptasi, menerapkan, mendisain, menemukan atau membuat informasi baru; 6) Mengkomunikasikan - Menyampaikan informasi dengan cara persuasif yang memenuhi kebutuhan khalayak yang berbeda-beda melalui medium tertentu

Hasil uji coba model literasi menunjukkan bahwa 20 siswa yang terpilih menjadi sampel uji coba telah memiliki kemampuan akses informasi, terbukti mereka mampu mencari, menemukan, dan mendapatkan kembali informasi dalam format digital. Demikian pula halnya dalam kemampuan mengatur yang hampir seluruh siswa telah memiliki kompetensi yang tinggi untuk melakukan pengorganisasian informasi agar dapat diakses dengan mudah. Bagaimana dengan kemampuan mengintegrasikan? Hasilnya memperlihatkan bahwa sebagian besar siswa mampu melakukan pengolahan informasi dengan menggunakan ICT untuk menyatukan, meringkas, dan membandingkan informasi dari berbagai sumber. Bagi siswa yang memiliki kemampuan ini menyatakan bahwa bila ada tugas dari guru, mereka tidak sekedar mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, akan tetapi mereka sudah mampu menyeleksi dan membandingkan informasi dari berbagai sumber. Kelompok responden tersebut ternyata memiliki kemampuan evaluasi. Hasil uji coba memperlihatkan bahwa kemampuan menilai keberadaan, kecocokan, dan kesesuaian informasi dan sumber-sumber informasi untuk kebutuhan tertentu – termasuk memastikan otoritas, bias, dan ketersediaan bahan-bahan tsb. Untuk kemampuan produksi, hanya sebagian kecil dari responden yang memiliki kemampuan mengadaptasi, mendisain, menemukan atau membuat informasi dalam lingkungan ICT. Misalnya, kelompok siswa yang memiliki kompetensi ini sudah bisa mendeskripsikan sebuah peristiwa, menyampaikan opini, menyampaikan dukungan, pandangan, atau posisi. Aspek terakhir yaitu kemampuan untuk mengkomunikasikan. Hasil uji coba menunjukkan bahwa kompetensi untuk menyampaikan, mengadaptasi, dan menyajikan informasi kepada khalayak media tertentu dalam

lingkungan ICT masih sedikit.

Model literasi budaya partisipatif yang diujicobakan dalam penelitian ini mengadaptasi dari konsep budaya partisipatif yang ditawarkan Jenkins. Beberapa penelitian terkait dengan literasi budaya partisipatif juga telah dilakukan Jasmina dan Milica (2016 : 1142-1151) yang menguji literasi media baru dengan membandingkan perbedaan sosial demografi pengguna, seperti jenis kelamin, usia, tempat tinggal, pekerjaan, minat, dan sebagainya. Hasilnya menunjukkan adanya perbedaan dalam memberikan makna pada pesan yang diterima.

Simpulan

Simpulan pertama yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah terpetakannya aktivitas penggunaan media baru yang dilakukan para siswa SMA ke dalam 4 kategori budaya partisipatif yaitu : 1) Afiliasi - telah dilakukan para siswa SMA yang tergabung dalam berbagai jejaring sosial. Aktivitas yang dilakukan dalam jejaring sosial cenderung pasif, hanya untuk *'stalking'* yakni memantau atau mengikuti aktivitas yang dilakukan pengguna jejaring sosial. 2) Ekspresi – bentuk budaya partisipatif yang menghasilkan konten kreatif ini belum banyak dilakukan para siswa SMA. Posisi mereka masih cenderung sebagai penikmat dan pengamat konten-konten kreatif; 3) Penyelesaian Masalah Kolaborasi - sudah dilakukan para siswa SMA DKI Jakarta, terutama dalam menyelesaikan tugas-tugas sekolah; 4) Sirkulasi – bentuk budaya partisipatif yang mendistribusikan aliran informasi, salah satunya melalui aktivitas *blogging* masih kurang dilakukan para siswa SMA karena tidak banyak siswa yang memiliki blog pribadi. Untuk aktivitas *podcasting* terutama mengunduh musik, film, program acara, dan sebagainya sudah banyak dilakukan,

Simpulan kedua, penelitian ini menyusun indikator untuk mengukur literasi dalam beberapa aspek yaitu akses, mengatur, mengintegrasikan, mengevaluasi, produksi dan mengkomunikasikan dalam proses pembelajaran. Hasil uji coba menunjukkan bahwa siswa telah

memiliki kompetensi dalam hal akses dan mengatur. Akan tetapi ketika dihadapkan pada hal-hal yang terkait dengan menggabungkan beberapa sumber informasi, kemampuan tersebut belum optimal. Demikian pula dengan aspek mengevaluasi, produk dan mengkomunikasikan perlu didorong lebih optimal.

Implikasi dari simpulan di atas mengerucutkan perlu kebijakan ataupun gerakan literasi tentang pentingnya mengembangkan budaya partisipatif penggunaan media baru. Potensi penggunaan media baru oleh para remaja (dalam hal ini anak SMA) sangat besar, sehingga potensi para remaja perlu dikembangkan menjadi kreator, inovator dan produser yang dapat merubah lingkungan media. Selain itu, untuk mengembangkan budaya kolaborasi dan sirkulasi – para guru bisa mengoptimalkan kemampuan kolaborasi dan sirkulasi melalui tugas-tugas yang diberikan pada para siswa. Demikian pula dengan orang tua yang dapat ikut berkontribusi mengembangkan budaya partisipatif melalui sosialisasi nilai-nilai.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktur Riset dan Pemberdayaan Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Ristek dan Pendidikan Tinggi, yang telah membiayai penelitian ini. Ucapan yang sama juga kami sampaikan kepada Rektor dan Direktur LPPM Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan dukungan selama proses pelaksanaan penelitian.

Daftar Pustaka

- Consalvo, Mia & Charles Ess (2011). *The Handbook of Internet Studies*. Blackwell Publishing Ltd.
- Christine, Larabie (2011). Participatory Culture and The Hidden Costs of Sharing. *The McMaster Journal of Communication* vol 7, Issue I, 2011. <https://journals.mcmaster.ca/mjc/article/.../222>
- Claudio Alvarez, Sadaf Salavati, Miguel Nussbaum, Marcelo Milrad (2013). *Collboard : Fostering New Media Literacies in the Classroom Through Collaborative Problem Solving Supported by Digital Pens and Interactive Whiteboards*, *Computers & Education*, Volume 63, April 2013, Pages 368-379
- Endah Murwani, Indiwani Seto Wahyuwibowo, Joice Carroll Siagian (2015). *Tingkat Penggunaan Media Baru Sebagai Media Partisipasi Kolektif Remaja di Jakarta*, Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi. Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, ISBN no 978-602-1054-08-6, Oktober 2015.
- _____ (2016). *Aktivitas Budaya Partisipatif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru*. Prosiding ICCI Universitas Tarumanegara.
- Hardey, Marrian (2011). Generation C : content, creation, connections and choice. *International Journal of Market Research*, vol 53 no 6, 2011. <http://www.ijmr.com/AboutIJMR/Samples/Sample2.pdf>
- Jasmina Arsenijević, Milica Andevski (2016). *New Media Literacy With in the Context of Socio Demographic Characteristics*, *Procedia Technology*, Volume 22, 2016, Pages 1142-1151
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- _____ (2007). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur Foundation.
- Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly (2009). *New Media : A Critical Introduction*. Second Edition. London & New York : Routledge
- Livingstone, Sonia & Lievrouw, Leah A (2002). *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*, London : Sage Publications
- Margarita Silvestra León, José Miguel Correa, Jesús María Aramberri, Estibaliz

- Jiménez de Aberasturi (2011). *An Analysis of How The Participatory Culture Through The Internet Is Fostered in Policies Directed Towards Non Formal Educational Contexts*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 28, 2011, Pages 259-261
- Mueller, Bryan (2014). *Participatory Culture on Youtube : A Case Study of the Multichannel Network Machinima*, London : Media@LSE.
- Palfrey, John dan Gasser, Urs (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York.
- Potter, James W (2008). *Media Literacy 4th ed*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Safko, Lon (2010). *The Social Media Bible. Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Second Edition*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc
- Straubhaar D. Joseph, Robert LaRose & Lucinda Davenport (2015). *Media Now : Understanding Media, Culture and Technology, 9th edition*, Thomson Wadsworth,
- Zheng Zhang, Jia Li, Feifei Liu, Zhuang Miao (2016). *Hong Kong and Canadian Students Experiencing a New Participatory Culture : A Teacher professional training Project Undergirded by new Media Literacies*, *Teaching and Teacher Education*, Volume 59, October 2016, Pages 146-158

THE IPPAR Model sebagai Komponen Etnografi PR pada Kajian Public Relations Berbasis Budaya

Dasrun Hidayat

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSIJl. Sekolah International 6 Antapani Bandung
Tlp. 022-7100 124, Hp. 0813 2211 4521,
Email: dasrun.duh@bsi.ac.id

Engkus Kuswarno, Feliza Zubair dan Hanny Hafiar

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran Jl. Raya Sumedang Km. 21 Jatinangor
Tlp. 022-842 88888
Email: kuswarno@unpad.ac.id
Email: feliza.zubair@unpad.ac.id
Email: hanny.hafiar@unpad.ac.id

Abstract

This article introduces, also offers a research findings on communication behavioral components of culture-based PR. The component consists of aspects of Insight - Strategic Programs - Implementation Program - Action and Reputation (IPPAR Model). The communication behavior component of PR is a transformation of the field findings or the originality of data on Jakhu Suku's behavior patterns on giving title ceremony. The behavior pattern covers the Pekhsiapan as preparation, khencana as planning, lestakhi as execution, penghengok as support, and penghanggung as trust. The study concluded that there was a link between the findings of behavioral patterns with the conception of Jakhu Suku Public Relations and culture so that the components The IPPAR model can be classified as a component of ethnography PR. The methodology focuses on culture-based PR communication behavior. Presented on the concept, construct, basic principles, as well as the workings of the research. PR Ethnographic methodology can be applied in the context of profit and nonprofit PR organizations. So, culture-based PR activities can be applied in context of corporate PR, Government PR, and Non Government PR.

Keywords: *Communication Behavior, Ethnography PR, Local Wisdom*

Abstrak

Artikel ini mengenalkan sekaligus menawarkan hasil temuan penelitian tentang komponen perilaku komunikasi PR berbasis budaya. Komponen terdiri dari aspek *Insight-Program Strategic-Program Implementation-Action and Reputation* atau disingkat menjadi *The IPPAR Model*. Komponen perilaku komunikasi PR merupakan transformasi hasil temuan lapangan atau originalitas data tentang pola perilaku *Jakhu Suku* pada ritual pemberian gelar. Pola perilaku meliputi tahapan *pekhsiapan* (persiapan), *khencana* (perencanaan), *lestakhi* (pelaksanaan), *penghengok* (dukungan) dan *penghanggung* (kepercayaan). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada keterkaitan antara temuan pola perilaku *Jakhu Suku* dengan konsepsi *Public Relations* dan budaya sehingga komponen *The IPPAR Model* dapat dikategorikan sebagai komponen Etnografi PR. Metodologi yang fokus pada perilaku komunikasi PR berbasis budaya. Dipaparkan tentang konsep, konstruk, prinsip dasar, serta

cara kerja penelitian. Metodologi Etnografi PR dapat diterapkan pada konteks lembaga PR profit dan nonprofit. Kajian PR berbasis budaya pada konteks PR perusahaan, PR Pemerintahan, dan PR Non Pemerintahan.

Kata Kunci: Etnografi PR, Perilaku Komunikasi, The IPPAR Model

Pendahuluan

Public Relations adalah istilah lain dari Hubungan Masyarakat atau Humas, akan tetapi lebih populer dengan istilah *Public Relations* atau PR. Ardianto menjelaskan bahwa Humas adalah padanan kata dari PR (Ardianto, 2013:2). Hal serupa berlaku dalam penyebutan istilah Etnografi Hubungan Masyarakat, Etnografi *Public Relations* atau Etnografi PR atau *Ethnography PR*. Pada hasil penelitian ini diperkenalkan dengan istilah Etnografi PR sebagai tawaran metodologi yang berfokus pada perilaku komunikasi PR berbasis budaya. Etnografi PR merupakan hasil pemikiran secara konseptual dan teoritis yang mengacu pada temuan penelitian tentang perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai PR Budaya. Etnografi PR sebuah transformasi dari Etnografi Komunikasi. Terdapat banyak keterkaitan antara keduanya karena komunikasi merupakan tulang punggung aktivitas PR. Komunikasi sebagai objek material sehingga tanpa adanya komunikasi aktivitas PR tidak dapat dilakukan. Keterkaitan tersebut mendorong keinginan peneliti untuk mengkaji metodologi khusus yang digunakan dalam penelitian PR berbasis budaya.

Milton dan Sturtevent dalam (Kuswarno, 2008:10) menjelaskan bahwa *ethnoscience* memunculkan *ethno-ethno* lainnya dan Etnografi PR sebagai transformasi dari Etnografi. Etnografi PR mengacu pada kajian Etnografi Komunikasi. Hymes dalam Kuswarno menjelaskan bahwa kerangka acuan dalam memposisikan bahasa dalam suatu kebudayaan harus berfokus pada komunikasi (Kuswarno, 2008:11). Hal senada dipertegas oleh Sriramesh bahwa adanya keterkaitan budaya, komunikasi dan PR. Menurut Sriramesh fokus kajian ilmu *Public Relations* adalah perilaku komunikasi untuk membangun

hubungan (Sriramesh, 2004:03). Kajian PR yang terus berkembang di era globalisasi menempatkan budaya di garda terdepan. Kehadiran budaya membuka peluang yang besar untuk penelitian ilmu *Public Relations* (Sriramesh, 2004:03). Adanya keterlibatan budaya, akan tetapi keberadaan budaya saat ini seakan menjadi mata rantai yang hilang. Untuk itu diperlukan tinjauan khusus tentang keberadaan budaya pada kajian *Public Relations*.

Pentingnya memahami budaya dalam konteks perilaku komunikasi *Public Relations* mendorong lahirnya istilah PR berbasis budaya atau PR Budaya. Perilaku komunikasi PR yang senantiasa bersandar pada budaya organisasi maupun institusi. Budaya berada di garda terdepan sehingga membuka peluang untuk mengemangkan konsep dan metodologi khusus pada kajian PR berbasis budaya. Metodologi yang dimaksud adalah Etnografi PR. Metodologi yang diharapkan dapat menjawab tujuan penelitian PR berbasis budaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Etnografi Komunikasi. Metode yang mengkaji peranan bahasa dalam perilaku komunikatif suatu masyarakat, yaitu cara-cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda kebudayaan. Seville Troike menjelaskan bahwa ruang lingkup etnografi komunikasi adalah kompetensi komunikasi. (Kuswarno, 2008:11). Etnografi Komunikasi berfokus pada perilaku komunikasi sebagai objek kajian. Tahapan Etnografi Komunikasi dimulai dari upaya identifikasi peristiwa komunikasi, melakukan inventarisasi peristiwa komunikasi yang berhubungan dengan komponen komunikasi sehingga membangun pola komunikasi.

Penelitian ini menggunakan etnografi komunikasi karena fokus penelitian pada perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai pengelola tradisi pemberian gelar. Penelitian dilakukan di desa Banjar Negeri Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Tanggamus Lampung. Fokus penelitian pada prosesi ritual pemberian gelar atau *Juluk Adok*. Prosesi ritual syarat akan perilaku komunikasi *Jakhu Suku* yang terjadi secara khas dan berulang sehingga membangun pola perilaku komunikasi *Jakhu Suku*. Teknik informan menggunakan *purposive* dengan mengambil informan perangkat adat pada masyarakat adat Saibatin Lampung. Kriteria informan adalah adanya keterlibatan secara langsung sebagai pengelola adat, penggiat budaya, sosiolog Lampung, dan pakar PR. Informan diambil sebanyak 15 orang. Teknik pengumpulan data melalui observasi berperan serta dan wawancara mendalam.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Perilaku Komunikasi *Jakhu Suku*

Jakhu Suku melaksanakan prosesi ritual pemberian gelar selalu menyesuaikan dengan tahapan pemberian gelar yaitu *Mupakat Kamar*, *Mupakat Pandia Paku Sakha*, dan *Mupakat Balak*. Masing-masing tahapan menjadi acuan bagi *Jakhu Suku* dalam melaksanakan prosesi ritual pemberian gelar. Berdasarkan temuan lapangan bahwa tahapan kerja *Jakhu Suku* dapat dibagi dalam tahapan *pekhsiapan* (persiapan), *khencana* (perencanaan), *lestakhi* (pelaksanaan), *penghngok* (dukungan) dan *penghanggum* (kepercayaan). Terdapat lima tahapan yang dilakukan secara berulang dan khas pada setiap ritual pemberian gelar atau *Juluk Adok*. Temuan lapangan tersebut membangun pola perilaku komunikasi *Jakhu Suku* dalam mengelola relasi budaya. Pola yang dimaksud adalah *Pola Mupakat Kamar*, *Mupakat Pandia Paku Sakha*, dan *Pola Mupakat Balak*.

Pekhsiapan diambil dari bahasa daerah Lampung yang merujuk pada persiapan. Simbolisasi *Pekhsiapan* mengandung makna bahwa langkah awal yang dilakukan oleh

Jakhu Suku yaitu mempersiapkan informasi dan data terkait dengan rencana pernikahan dari pasangan yang akan mendapatkan gelar. Informan Dalom Mangku Makhga menyebutkan bahwa langkah persiapan membantu *Jakhu Suku* dalam menentukan seting lokasi, waktu, sistem dan status pernikahan, serta perangkat adat yang diperbolehkan terlibat pada setiap tahapan ritual mupakat adat. Langkah *pekhsiapan* dibagi dalam dua tahapan yaitu tahapan *Mupakat Kamar* dan *Mupakat Pandia Paku Sakha*. *Mupakat Kamar* bertujuan menetapkan sistem dan status pernikahan. *Mupakat Pandia Paku Sakha* menetapkan jenis gelar yang akan diberikan pada calon penerima gelar. *Mupakat Pandia Paku Sakha* mengacu pada keputusan sistem dan status pernikahan. Pernikahan merupakan gerbang untuk mendapatkan gelar sehingga status atau kedudukan sangat berpengaruh terhadap jenis gelar. Jalur gelar mengikuti gelar orangtua yang berstatus mengambil anak menantu. *Mupakat Kamar* dilakukan *Jakhu Suku* bersama orangtua dari calon penerima gelar. *Mupakat Pandia Paku Sakha* melibatkan *Jakhu Suku* dan pimpinan adat.

Khencana adalah istilah yang juga diambil dari bahasa daerah Lampung yang artinya perencanaan. Upaya yang dilakukan *Jakhu Suku* yaitu membuat perencanaan yang mengacu pada hasil *pekhsiapan* (persiapan). *Jakhu Suku* menetapkan rangkaian dan jenis ritual, tema ritual, dan tujuan ritual. *Khencana* atau perencanaan dilakukan pada prosesi ritual *Mupakat Balak*. *Mupakat* yang bertujuan menetapkan konsep upacara pemberian gelar. Tema yang dibicarakan mengenai kesesuaian antara gelar yang diperoleh dengan rangkaian ritual yang akan dilaksanakan dan atribut adat yang dikenakan. Rangkaian ritual yang ditetapkan meliputi *Dekorasi*, *Manjau Maju*, *Akad Nikah*, *Deduaian*, *Ngarak*, *Buka Pintu*, *Ngahantok*, *Nyebakh Adok*, *Doa dan Pangan*. Sedangkan atribut yang digunakan pada rangkaian dekorasi berupa *Khekhedaian*, *Kebung*, *Tikhai*, *Kasokh Kelulung*, *Tudung Gobekh dan Payan*. (Hidayat, 2016:85). Setiap kelompok gelar diberlakukan rangkaian ritual

berbeda. Demikian pula dengan jenis atribut, warna, dan jumlah atribut. Perlakukan berbeda mengacu pada kelompok gelar. Masyarakat adat Saibatin mengenal tiga kelompok gelar meliputi kelompok gelar pimpinan adat, *Jakhu Suku*, dan *Khekhayahan*.

Pelaksanaan termasuk bagian selanjutnya dari tahapan kerja *Jakhu Suku*. Pelaksanaan yaitu mengimplementasikan semua rangkaian kegiatan yang telah ditetapkan pada *Mupakat Balak*. Informan Wirakrama menyebutkan bahwa pelaksanaan pemberian gelar diawali dengan membuat dekorasi atau memasang atribut, membuat tempat memasak atau *Nyanik Tungku*, membuat penganan adat *Lepot Tapai*, dan pelaksanaan ritual-ritual sebelum gelar disampaikan atau *Nyebakh Adok*.

sekaligus *penghanggum* atau kepercayaan. *Penghengok* dan *Penghanggum* diakui Wirakrama sebagai bentuk totalitas, loyalitas dan komitmen masyarakat di lingkungan adat maupun masyarakat luar. *Penghengok* dan *penghanggum* sebuah simbolisasi kasih sayang yang diberikan atas keyakinan, kecintaan dan kepatuhan terhadap tradisi adat yang sifatnya organik atau diwariskan. Tahapan kerja *Jakhu Suku* meliputi *Pekhsiapan-Khencana-Pelaksanaan-Penghengok dan Penghanggum* terjadi secara khas dan berulang pada setiap ritual pemberian gelar. Peristiwa ritual tersebut membangun perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai PR Budaya. Perilaku komunikasi *Jakhu Suku* pada mupakat adat meliputi *Mupakat Kamar, Mupakat Pandia Paku Sakha* dan

Gambar 2.

The IPPAR Model; Komponen Perilaku Komunikasi Jakhu Suku Sebagai PR Budaya



Sumber: Dasrun Hidayat, Hasil Penelitian 2015-2017

Temuan lapangan juga menekankan pada perilaku *Jakhu Suku* yang mengontrol atau melakukan evaluasi setiap rangkaian ritual. Menurut Wirakrama bahwa setiap ritual prosesi pemberian gelar diharapkan dapat menghasilkan dukungan dari masyarakat atau *penghengok*

Mupakat Balak.

The IPPAR Model dan Komponen Perilaku Komunikasi Jakhu Suku Sebagai PR Budaya

Komponen perilaku komunikasi *Jakhu Suku* mengacu pada originalitas temuan hasil

penelitian tentang pola perilaku komunikasi *Jakhu Suku* dalam mengelola prosesi ritual pemberian gelar. Temuan pola perilaku komunikasi *Jakhu Suku* menjadi *novelty* atau originalitas hasil penelitian. Pola perilaku komunikasi meliputi aspek *pekhsiapan* (persiapan), *khencana* (perencanaan), *lestakhi* (pelaksanaan), *penghengok* (dukungan) dan *penghanggum* (kepercayaan). Konsep perilaku komunikasi *Jakhu Saku* memiliki kesamaan dengan prinsip dasar perilaku komunikasi *Public Relations* yakni selalu menggunakan pendekatan *Management Public Relations* (MPR). Cutlip menjelaskan bahwa MPR meliputi tahapan analisis situasi untuk mendefinisikan masalah, membuat strategi sebagai bagian dari perencanaan, melaksanakan strategi aksi dan komunikasi, serta melakukan evaluasi kegiatan (Cutlip, 2011:341). Kesamaan komponen perilaku antara *Jakhu Suku* dengan PR mendorong peneliti untuk mentransformasikan hasil temuan tentang pola perilaku komunikasi *Jakhu Suku* ke dalam lintas perspektif yakni ilmu *Public Relations* dan budaya.

Pola perilaku komunikasi *Jakhu Suku* pada ritual pemberian gelar dalam perspektif ilmu *Public Relations* dapat digambarkan melalui konsep-konsep yang berkaitan dengan perencanaan komunikasi PR. Smith memperkenalkan dengan istilah *Insight* atau menetapkan latar belakang kegiatan (Smith, 2005:17). Tench dan Yeomans menggunakan konsep *Situation Analysis* atau analisis situasi. Analisis situasi bertujuan untuk memetakan seting tempat, waktu, dan keterlibatan publik. (Tench, Yeomans, 2006:193). Austin menjelaskan bahwa salah satu perencanaan komunikasi PR adalah melakukan analisis publik. Analisis publik bertujuan untuk menetapkan fokus sasaran (Austin, 2008:27). Perencanaan komunikasi merupakan bagian dari perilaku komunikasi PR untuk membantu dan mempermudah pencapaian tujuan aktivitas PR (Tench, Yeomans, 2006:185).

Konsep perencanaan komunikasi PR juga berkaitan dengan penetapan *Program Strategic*. Cutlip menekankan bahwa program strategi sebagai langkah perencanaan pembuatan

dan menetapkan jenis kegiatan, tema, tujuan dan *outcomes* (Cutlip, 2011: 341). Cutlip juga menambahkan tahapan *Program Implementation* atau implementasi dari setiap kegiatan. Implementasi memperhatikan faktor strategi aksi meliputi pesan dan isi pesan. Strategi komunikasi berkaitan dengan mekanisme penyampaian pesan termasuk keputusan dalam memilih media. Semua tahapan perencanaan komunikasi PR dilakukan untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan publik. Dukungan tersebut berupa hasil penilaian atau *Action and Reputasi*. Reputasi atau jejak rekam. Minimal ada tiga aspek yang diperhitungkan dalam menanamkan reputasi. Aspek dalam membangun reputasi terdiri dari adanya tanggung jawab, kepercayaan dan keandalan (Ardianto, 2012:25). Konsep-konsep tersebut peneliti kategorikan sebagai komponen perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai PR Budaya. Komponen yang digunakan dalam membuat perencanaan komunikasi PR. Tench menegaskan bahwa perilaku komunikasi PR dengan membuat perencanaan komunikasi untuk membantu efektivitas kerja PR (Tench, 2004:185).

Berdasarkan kajian teoritis dan temuan originalitas lapangan peneliti merangkum komponen perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai PR Budaya ke-dalam beberapa aspek meliputi *Insight - Program Strategic - Program Implementation - Action and Reputation* atau *The IPPAR Model*. Konsep ini menjadi kerangka kerja atau *Jakhu Suku framework* pada ritual pemberian gelar. Ritual yang senantiasa mengacu pada tahapan analisis situasi, perencanaan, implementasi dan evaluasi. *The IPPAR Model* mencoba menjelaskan tahapan kerja *Jakhu Suku* dalam merancang kegiatan ritual pemberian gelar. Diharapkan model ini dapat digunakan pula pada cara kerja PR dalam konteks berbeda. Kesamaan komponen perilaku komunikasi antara *Jakhu Suku* dengan PR memperkuat bahwa *The IPPAR Model* dapat digunakan sebagai perencanaan kerja dalam membuat *Blue Print PR*.

Proses transformasi temuan hasil penelitian tentang komponen perilaku

komunikasi *Jakhu Suku* pada ritual pemberian gelar dirumuskan ke dalam *The IPPAR Model*. Komponen perilaku yang terdiri dari aspek **Insight** adalah awal aktivitas *Jakhu Suku* untuk menentukan latar belakang kegiatan. Tench menyebut *insight* dengan istilah *Situation Analysis* atau melakukan analisis situasi (Tench, 2006:188). Hasil dari tahapan *insight* yakni memetakan setting lokasi, dan waktu pelaksanaan kegiatan. Pada tahapan ini *Jakhu Suku* juga menetapkan **Public** atau *partisipant* yang akan dilibatkan pada setiap ritual pemberian gelar. Terdapat keterlibatan publik berbeda-beda disetiap ritual. Selektivitas dalam menetapkan publik disebut *Identifying Public*. Tench menjelaskan bahwa *Public Relations* sejak awal kegiatan telah melakukan pemilahan partisipan yang akan dilibatkan. Hal ini dimaksudkan agar tujuan kegiatan tepat sasaran (Tench, 2006:192). Pentingnya mengetahui keterlibatan publik juga dipertegas Smith, bahwa salah satu tugas *Public Relations* dalam membuat perencanaan komunikasi adalah melakukan analisis publik. Analisis yang bertujuan untuk mengetahui sasaran kegiatan sehingga sasaran selaras dengan target program. Membuat inventarisasi publik merupakan langkah awal yang sejalan dengan analisis situasi dalam menentukan latar belakang kegiatan. (Smith, 2005:42).

Hal senada diungkapkan Lee bahwa keterlibatan publik berpengaruh terhadap objek aktivitas *Public Relations* (Lee, 2012:13). Keterlibatan publik pada setiap prosesi ritual pemberian gelar mengalami perubahan. Hal ini menyusul adanya perubahan terhadap sistem dan status pernikahan. Perubahan perilaku masyarakat adat Saibatin terjadi seiring dengan adanya faktor pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, dan kehadiran teknologi media. Misalnya, perubahan pada setting lokasi pelaksanaan ritual pemberian gelar, dan perubahan partisipan di setiap ritual mupakat adat. Perubahan perilaku juga diperkuat oleh Suranto. Setiap kelompok sosial akan mengalami dinamika. Perubahan terjadi karena kelompok sosial bersifat dinamis dan adanya tujuan yang akan dicapai. (Suranto:

2010:109).

Komponen perilaku komunikasi *Jakhu Suku* berdasarkan *The IPPAR Model* selanjutnya adalah membuat perencanaan berupa **Program Strategic**. Tahapan ini menekankan pada jenis ritual, tema ritual, tujuan dan *outcomes* ritual. Tench menegaskan bahwa *Program Strategic* sebagai upaya menempatkan perencanaan yang sesuai dengan tujuan akhir kegiatan (Tench, 2006:196). Hal ini pula yang menjadi perhatian *Jakhu Suku* dalam mengelola ritual pemberian gelar. Ia senantiasa menyesuaikan keputusan awal tentang sistem dan status pernikahan. Hal ini dilakukan karena sistem dan status pernikahan berpengaruh terhadap rangkaian ritual, tema, dan tujuan ritual pemberian gelar.

Menetapkan **Program Implementation** yakni komponen perilaku komunikasi *Jakhu Suku* dengan melaksanakan semua rangkaian ritual yang telah ditetapkan. Pelaksanaan ritual memperhatikan strategi aksi dan komunikasi. *Jakhu Suku* mengatur mekanisme pesan dan cara menyampaikan pesan pada prosesi ritual pemberian gelar. Tahapan ini menekankan pada mekanisme atau urutan dalam pelaksanaan kegiatan. Temuan hasil penelitian dipertegas Austin. Ia menyebutkan bahwa strategi aksi dan komunikasi bertujuan untuk mengatur mekanisme pelaksanaan kegiatan. Mekanisme pemilihan pesan, dan cara menyampaikan pesan sehingga mudah dan dapat diterima publik (Austin, Pinkleton, 2006:46).

Semua perencanaan pada *program strategic* diharapkan dapat berjalan sesuai dengan tujuan. Perencanaan sangat membantu *Jakhu Suku* dalam membangun dukungan dan kepercayaan publik. Kepercayaan tersebut penting sebagai bentuk penilaian publik terhadap reputasi atau **Action and Reputation**. Bagian terakhir dari kegiatan ini Tench menyebutnya dengan istilah *evaluation and review* (Tench, 2006:202). Mengkaji kembali atas keberhasilan dan kendala yang terjadi selama pelaksanaan kegiatan. Kegiatan *review* berdasarkan penilaian publik terhadap pelaksanaan atas perencanaan komunikasi *Public Relations*.

Temuan perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai PR Budaya berupa perilaku verbal dan nonverbal. Perilaku verbal ditemukan disetiap Mupakat Adat selalu diawali dengan ucapan *Tabik Puuun...* dan akan dijawab *Iya Puuunn..*. Kalimat sebagai simbolisasi permintaan atau meminta izin untuk berbicara. Selain perilaku verbal juga perilaku sebagai simbol fisik. Simbol ini ditemukan di setiap atribut adat yang digunakan pada prosesi ritual pemberian gelar. Demikian pula perilaku nonverbal terdapat pada gerakan seperti menempelkan kedua tangan di depan dada ketika akan meminta izin berbicara.

atau PR Budaya. Kajian tersebut memerlukan metodologi khusus dan khas yaitu Etnografi PR. Landasan dasar metodologi Etnografi PR adalah perilaku komunikasi PR berbasis budaya. Secara eksplisit tokoh-tokoh PR menjelaskan beberapa prinsip dasar tentang keterkaitan antara perilaku komunikasi PR dengan unsur komunikasi dan budaya. Komunikasi adalah tulang punggung *Public Relations* atau *communication is backbone of public relations*. (Alison, Theaker: 2004:25). Aktivitas PR tidak dapat dilakukan tanpa adanya komunikasi, sehingga komunikasi merupakan salah satu komponen dari strategi

Gambar 3.

Simbolisasi Perilaku *Jakhu Suku* Pada Ritual Mupakat *Pandia Paku Sakha*



Sumber: Dokumentasi Pribadi: 2016

Temuan komponen perilaku komunikasi *Jakhu Suku* pada ritual pemberian gelar merupakan tindakan dalam berkomunikasi. Menurut Mulyana tindakan meliputi tindakan verbal dan nonverbal (Khairil, 2012:121). Tindakan *Jakhu Suku* menekankan pada mekanisme yang telah disepakati secara adat. Perilaku yang dipraktikkan menjadi bagian dari upaya membangun relasi budaya atau membangun pemahaman masyarakat tentang nilai-nilai kearifan budaya sehingga dapat menciptakan dukungan dan kepercayaan publik secara utuh.

Transformasi Etnografi PR

Temuan perilaku komunikasi *Jakhu Suku* pada ritual pemberian gelar meliputi aspek *pekhsiapan* (persiapan) *khencana* (perencanaan) *lestakhi* (pelaksanaan) *penghengok* (dukungan) dan *penghanggum* (kepercayaan) atau PKLPP. Aspek-aspek yang kedudukannya sebagai temuan originalitas penelitian atau kebaruan (novelty). Temuan tersebut ditransformasikan ke dalam kajian *Public Relations* berbasis budaya

kerja PR.

Sriramesh menjelaskan bahwa fokus utama ilmu *Public Relations* adalah perilaku komunikasi untuk membangun hubungan (Sriramesh, 2004:03). Sriramesh juga menyebutkan bahwa budaya merupakan mata rantai yang hilang dari ilmu *Public Relations* atau *Culture and Public Relations: The Missing Link*. Di era globalisasi ini mata rantai tersebut harus dikembalikan dengan menempatkan budaya di garda terdepan pada penelitian organisasi, komunikasi, dan *Public Relations*. Mata rantai yang hilang juga membuka peluang penelitian di bidang ilmu *Public Relations* yang dapat melahirkan konsep, teori, dan metodologi *Public Relations*.

Diperlukan perencanaan komunikasi bagi seorang PR. Perencanaan sebagai bagian dari perilaku komunikasi PR bertujuan untuk membantu PR dalam memetakan fokus masalah, meramalkan perilaku, dan membuat aktivitas PR berjalan efektif (Tench, 2004:185). Perencanaan

diawali dengan analisis situasi untuk membuat identifikasi, inventarisasi, dan pemetaan terhadap aktivitas publik. Aktivitas ini didorong oleh perilaku yang dipengaruhi nilai-nilai yang dibangun dalam sistem perusahaan atau lembaga. (Baines, Eagan, Jefkins, 2004:96).

Perilaku Komunikasi PR selalu mengacu pada prinsip perencanaan. Konsep dasar yang relevan dengan prinsip PR yakni manajemen POAC meliputi *Planning-Organizing-Actuating-Controling*. (Dubrin, 2008:210). Hal senada dipertegas oleh Cutlip dalam konsep *Management of Public Relations* (MPR). Aktivitas PR diawali dengan analisis situasi, membuat perencanaan, strategi kegiatan, implementasi kegiatan, dan evaluasi kegiatan (Cutlip, 2011:341).

Perilaku publik disetiap kelompok masyarakat, komunitas, perusahaan selalu melibatkan nilai-nilai yang disepakati. Nilai tersebut berupa budaya institusi atau budaya organisasi. Seville-Troike menyebutkan bahwa etnografi fokus pada budaya pada kelompok masyarakat tertentu (Kuswarno, 2008:35). Pada Etnografi PR adalah budaya publik dan stakeholder di dalam kelompok masyarakat, organisasi atau lembaga PR lainnya.

PR Budaya dan Etnografi PR

Hubungan konseptual antara *Public Relations* dengan budaya menunjukkan bahwa adanya peluang penelitian untuk mengembangkan konsep ilmu PR (Sriramesh, 2004:3). Berdasarkan pemikiran tentang pertemuan antara konsep budaya dengan PR maka peneliti menawarkan istilah PR Budaya. Istilah tersebut juga diperkuat oleh hasil penelitian yang menemukan adanya keterlibatan antara prinsip dasar perilaku komunikasi PR dengan perilaku komunikasi *Jakhu Suku* di dalam menjalankan ritual pemberian gelar. Keterlibatan terdapat pada cara kerja yang menempatkan proses perencanaan di setiap ritual pemberian gelar. Kesamaan lainnya pada tujuan perencanaan ritual yakni untuk memperkenalkan atau melakukan *branding* terhadap adat istiadat berupa tradisi pemberian gelar atau *Juluk Adok*.

Konsep PR Budaya juga dilatar

belakangi oleh berbagai situasi berbeda antara Indonesia dengan negara-negara Barat dan Eropa. Indonesia kaya akan budaya dan nilai kearifan lokal sehingga kajian *Public Relations* berbasis budaya sangat dibutuhkan. Konsep tentang budaya dan *Public Relations* hadir sejak tahun 1990-an. Pakar *Public Relations* sudah memprediksi keterlibatan budaya dalam perilaku komunikasi PR di era globalisasi. Sriramesh memaparkan realita adanya mata rantai yang hilang antara budaya dan *Public Relations* atau *culture and Public Relations: The Missing Link*. Mata rantai tersebut seharusnya hadir sehingga dapat memperkuat perencanaan komunikasi PR. Sriramesh menyadari pentingnya unsur budaya sebagai strategi perencanaan komunikasi PR di tengah aktivitas PR modern. (Sriramesh, 2004:3). Hal ini dipertegas Tench dan Yeomans bahwa fokus kajian ilmu PR adalah perilaku komunikasi sehingga *Public Relations* harus memahami tentang perencanaan komunikasi (Tench dan Yeomans, 2004:185). Hal senada juga diungkapkan Sriramesh bahwa ilmu PR mempelajari perilaku komunikasi untuk membangun hubungan (Sriramesh, 2004:3).

Perilaku komunikasi PR bertujuan untuk membangun hubungan (Sriramesh, 2004:3). Upaya membangun hubungan dipengaruhi oleh aspek budaya. Lembaga atau organisasi adalah miniatur terkecil budaya sehingga setiap lembaga tidak lepas dari budaya. Asumsi tersebut yang menjadi kerangka lahirnya pemikiran tentang konsep PR Budaya. Hal ini juga diperkuat Ming Yi bahwa perencanaan komunikasi PR di abad 21 memiliki karakteristik selalu berpikir global dan bertindak lokal. Menurut Ming-Yi bahwa cara kerja PR paling efektif adalah memahami budaya lokal, namun tetap memiliki strategi berpikir global (Ming-Yi, 2009). Sriramesh menegaskan bahwa di abad 21 menempatkan budaya di garis terdepan pada penelitian organisasi dan perencanaan komunikasi *Public Relations* (Sriramesh, 2010:73). Hal serupa juga diungkapkan hasil penelitian Albu bahwa memahami cara kerja PR internasional harus diawali dengan upaya memahami budaya

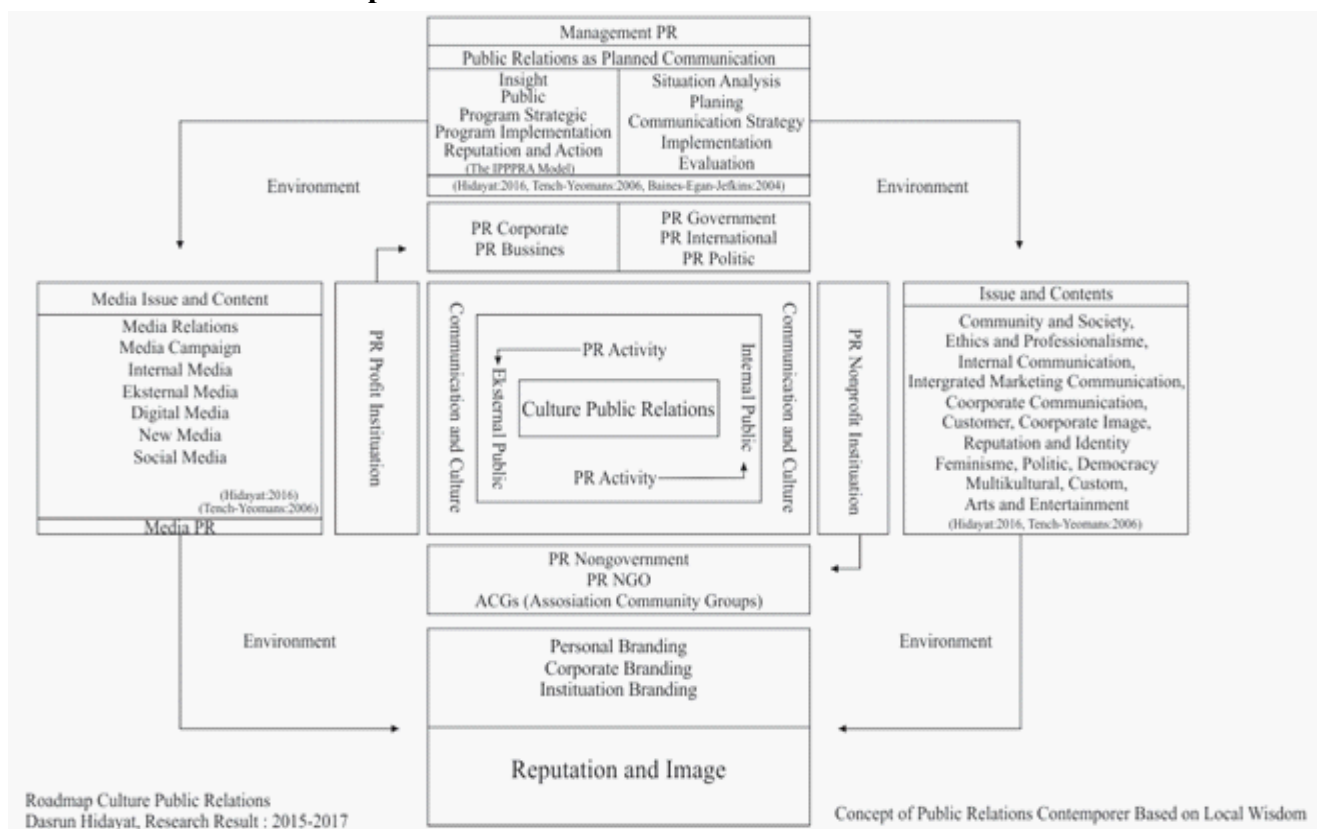
setempat (Albu: 2013).

Perencanaan komunikasi PR berkaitan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan PR dalam mengatasi berbagai isu PR. Isu berdasarkan perspektif PR Budaya meliputi komunitas, etika dan profesionalisme, komunikasi internal, konsumen, marketing komunikasi, citra lembaga, reputasi, dan identitas lembaga. Isu tentang politik, demokrasi, feminisme hingga isu hiburan dan seni. Isu aktivitas PR Budaya tidak terbatas pada konteks lembaga PR profit, akan tetapi juga pada PR non-profit. Aktivitas PR juga tidak lepas dari keberadaan media PR. Media terdiri dari media internal dan eksternal. Isu tentang aktivitas PR juga terintegrasi dengan perkembangan media digital atau media berbasis teknologi seperti media baru dan sosial media.

secara keilmuan *Public Relations* merupakan bagian di dalam ilmu komunikasi. Sedangkan dari perspektif perilaku komunikasi PR maka komunikasi sebagai alat dan strategi kerja PR. Kedudukan komunikasi dan PR sangat menentukan perencanaan komunikasi PR.

Roadmap PR Budaya yang terdapat pada gambar 3 memberikan ilustrasi tentang pemetaan PR Budaya sebagai bidang ilmu *Public Relations*. PR Budaya senantiasa menempatkan aspek komunikasi dan budaya sebagai strategi komunikasi PR. Tahapan yang dapat dilakukan oleh PR adalah membuat perencanaan komunikasi meliputi analisis situasi, memetakan setting lokasi, waktu, dan publik yang terlibat dalam kegiatan. Aktivitas PR juga harus memperhatikan program strategi sebagai bagian dari perencanaan

Gambar 4.
Roadmap Culture Public Relations Based on Local Wisdom



Komunikasi merupakan aspek penting dalam perilaku komunikasi PR. Komunikasi adalah tulang punggung PR. Komunikasi sebagai alat kerja PR. Ditinjau dari kedudukan

komunikasi. Strategi meliputi menetapkan jenis kegiatan, tema, tujuan, dan outcomes kegiatan. Semua perencanaan tersebut diimplementasikan sesuai dengan tujuan perencanaan kegiatan.

Implementasi kegiatan berkaitan dengan strategi aksi dan komunikasi meliputi pesan, mekanisme atau cara menyampaikan pesan. Implementasi perencanaan komunikasi diharapkan dapat membantu menarik dukungan, dan kepercayaan publik sehingga PR mampu menciptakan, dan mempertahankan reputasi lembaga.

PR Budaya atau perilaku komunikasi PR berbasis budaya memerlukan metodologi khusus dan khas. Metodologi yang dapat menjelaskan komponen perilaku komunikasi PR sehingga dapat membangun pola kerja PR. Metodologi yang ditawarkan adalah Etnografi. Etnografi sebagai metodologi sifatnya cair sehingga melahirkan etnografi-etnografi lainnya seperti Etnografi PR. Metodologi Etnografi PR berkaitan dengan Etnografi Komunikasi karena fokus yang dikaji adalah perilaku komunikasi (Kuswarno, 2008:35).

Fokus kajian Etnografi PR adalah perilaku komunikasi PR. Perilaku yang didasarkan pada fungsi manajemen (Cutlip, 2011:57). Sedangkan komunikasi merupakan fokus kajian ilmu PR (Sriramesh, 2004:3). Perilaku komunikasi PR sebagai fokus Etnografi PR dengan pendekatan Manajemen PR bertujuan untuk menganalisis situasi, mengidentifikasi, memetakan, menginventarisasi perilaku komunikasi individu-individu dalam tema kebudayaan tertentu. Perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu dipertegas pula dalam Etnografi Komunikasi (Kuswarno, 2008: 35). Komponen perilaku komunikasi PR terdiri dari *Insight- Program Strategic-Program Implementation- Action and Reputasi* atau *The IPPAR Model*. (Hidayat, 2016:84).

Teknik Pengumpulan Data Etnografi PR

Teknik pengumpulan data Etnografi PR tidak terlalu jauh berbeda dengan Etnografi Komunikasi. Keduanya memiliki kesamaan karena fokus kajian adalah perilaku komunikasi. Etnografi komunikasi menekankan pada langkah introspeksi, tindakan ini dilakukan ketika peneliti meneliti kebudayaannya sendiri sehingga diperlukan upaya mengoreksi diri sendiri atau mencoba melepaskan diri dari objek

yang sedang diteliti. Selanjutnya melakukan observasi, wawancara, analisis dokumen. (Kuswarno, 2008:48). Demikian halnya dengan teknik pengumpulan data pada Etnografi PR. Pengumpulan data menekankan pada teknik yang biasanya digunakan pada Etnografi Komunikasi.

Observasi Partisipan atau melakukan pencarian data secara langsung atau *on the spot data*. Berpartisipasi artinya etnografer berada di dalam masalah penelitian dengan melibatkan diri pada aktivitas publik atau informan penelitian. Data etnografi bersifat alami sehingga peneliti sebagai etnografer dituntut untuk pandai dalam memainkan peran di lapangan sebagai partisipan. Observasi Tanpa Partisipan. Tahapan mencari data tanpa adanya keterlibatan etnografer di dalam kelompok masyarakat yang sedang diteliti. Aktivitas publik hanya diamati tanpa adanya partisipasi sebagai bagian dari aktivitas etnografer.

Wawancara Mendalam merupakan metode riset dengan menggunakan wawancara tatap muka (Sobur, 2014:854). Wawancara mendalam akan menghasilkan data secara terperinci dan sistematis. Etnografer pada penelitian Etnografi PR seyogyanya memahami konsep dan objek kajian penelitian Etnografi PR. Hal ini dapat mempermudah etnografer dalam memetakan pertanyaan wawancara. Kajian Dokumentasi. Teknik pencarian data yang bersifat data sekunder melalui berbagai telaah dokumentasi dan referensi relevan meliputi tulisan, artifak, foto dan lainnya. Kajian dokumentasi ini penting sebagai dasar pemahaman maupun untuk memperkuat hasil penelitian di lapangan.

Focus Group Discussion. Teknik pengumpulan data yang memiliki ciri tertentu yakni mengundang dan melibatkan para informan dan partisipan dalam diskusi kelompok. Diskusi yang dimaksud adalah diskusi terarah artinya memiliki tema dan topik pembicaraan sebagai bahan diskusi. Informan yang terlibat beragam, dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Pada tahapan teknik *Focus Group Discussion*, tantangan bagi etnografer terhadap kemampuan

dirinya dalam menguasai masalah yang diteliti. Ia sebagai pemandu diskusi sekaligus yang mengarahkan pembicaraan yang tidak keluar dari tema diskusi.

Otentitas Data Etnografi PR

Prinsip otentitas data Etnografi PR sama dengan Etnografi Komunikasi. Otentitas atau teknik keabsahan data Etnografi PR mengacu pada teknik yang dikemukakan oleh Moleong dalam Kuswarno. Teknik tersebut meliputi perpanjangan keikutsertaan, ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, dan menyediakan referensi relevan (Kuswarno, 2008:66).

Teknik keabsahan data bertujuan untuk mendapatkan otentitas data. Langkah etnografer meliputi (a) perpanjangan keikutsertaan etnografer dalam aktivitas kelompok masyarakat yang diteliti dalam waktu yang lama. (b) Ketekunan pengamatan, yaitu upaya yang cermat untuk menemukan ciri-ciri, dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan masalah penelitian. (c) Triangulasi. *Kroscek* data dengan memperhatikan tiga unsur yaitu metode, waktu dan sumber data. (d) Analisis kasus negatif, mengumpulkan contoh kasus atau temuan yang tidak sesuai dengan kecenderungan dan pola informasi yang telah dikumpulkan dan digunakan sebagai bahan perbandingan. (e) Kecukupan referensi, mengumpulkan data tertulis secara lengkap sehingga membantu dalam interpretasi data hasil lapangan. (f) *Review*, artinya melakukan audit data melalui pemeriksaan terhadap seluruh data mulai dari data mentah pada data hasil reduksi, deskripsi, dan analisis.

Analisis Data Etnografi PR

Persamaan secara aplikatif lainnya terdapat pada teknik analisis data. Metode Etnografi PR menggunakan teknik analisis data yang umum digunakan pada metode Etnografi Komunikasi. Teknik analisis data meliputi reduksi, deskripsi dan analisis atau interpretasi data.

Tahapan reduksi adalah tahapan etnografer mengolah data dengan membuat

transkrip hasil wawancara maupun transkrip atas catatan hasil observasi. Deskripsi tersebut juga dapat berupa display kategorisasi data atau matriks data. Display data bertujuan untuk memetakan data berdasarkan sub-sub tema temuan penelitian yang akan menjawab masing-masing dari pertanyaan penelitian. Tahapan selanjutnya etnografer menuliskan beberapa data penting atau melakukan *highlight* data yang dapat menjawab tujuan penelitian. Data akurat yang diambil dari data display berupa tabel, grafik, diagram, model yang dapat menggambarkan objek penelitian. Tahapan reduksi merupakan implementasi pengolahan konstruk drajat ke satu. Pada tahapan ini etnografer memetakan aspek-aspek penting yang berhubungan dengan sub tema temuan penelitian.

Data *highlight* selanjutnya dideskripsikan pada sub-bab hasil penelitian. Deskripsi *highlight* data dituangkan melalui tiga point utama. Point pertama pemaparan prolog yang berkaitan dengan data yang akan disampaikan. Point kedua memaparkan data lapangan berupa kutipan langsung pernyataan informan yang sudah direduksi atau *highlight*. Point ketiga memberikan deskripsi atas *highlight* data atau kutipan pernyataan informan. Proses deskripsi *highlight* data disebut pula sebagai langkah konstruk drajat ke-dua.

Tahapan analisis data berikutnya adalah melakukan konstruk drajat ke-tiga. Langkah yang dilakukan oleh etnografer yaitu menginterpretasi data. Pada tahapan ini etnografer melakukan analisis, teoritisasi data atau mengkonfirmasi data berdasarkan teori yang relevan. Interpretasi dapat dilakukan melalui triangulasi data berdasarkan teori, untuk memperkuat menerima atau menolak hasil penelitian. Triangulasi juga dapat berupa konfirmasi data berdasarkan sumber informan, waktu, dan teknik pengumpulan data.

Simpulan

Etnografi sebagai metodologi sifatnya cair artinya bahwa etnografi akan selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Etnografi PR merupakan transformasi etnografi komunikasi. Etnografi PR sebagai metodologi

mangacu pada temuan komponen perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai PR Budaya pada prosesi ritual pemberian gelar. Ritual yang dilakukan oleh *Jakhu Suku* sebagai PR Budaya menekankan pada aspek perilaku komunikasi *Jakhu Suku* berupa *pekhsiapan* (persiapan), *khencana* (perencanaan), *lestakhi* (pelaksanaan), *penghengok* (dukungan) dan *penghanggum* (kepercayaan). Aspek perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai temuan sekaligus originalitas hasil penelitian. Originalitas temuan selanjutnya ditransformasi melalui perspektif ilmu *Public Relations* dan Budaya. Transformasi menghasilkan komponen perilaku komunikasi *Jakhu Suku* sebagai PR Budaya meliputi *Insight –Program Strategic - Program Implementation - Action and Reputasi*. Komponen yang mengacu pada konsep Manajemen PR terdiri dari Analisis situasi, Perencanaan, Implementasi dan Evaluasi.

Etnografi PR merupakan temuan sekaligus tawaran sebagai metodologi pada kajian PR berbasis budaya atau PR Budaya. Diharapkan temuan ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan penelitian ilmu *Public Relations*. Penelitian PR yang tidak hanya dibatasi pada lembaga PR perusahaan, akan tetapi lembaga PR pemerintah dan nonpemerintah. Penelitian PR yang mencakup semua isu terkait dengan keberadaan kelompok masyarakat, organisasi dan institusi. Etnografi PR sebagai metodologi yang berfokus pada perilaku komunikasi PR dengan pendekatan kearifan budaya.

Daftar Pustaka

- Albu, Ioana. (2013). *Language, Meaning, Culture In International Public Relations*. Proceeding Annual International Interdisciplinary Conference (AIIC) Portugal. 24-25.
- Ardianto, Elvinaro. (2013). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Austin, Pinkleton. (2008). *Strategic Public Relations Management. Planning and Managing Effective Communication Programs*. Second Edition. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Baines, Egan, Jefkins. (2004). *Public Relations Contemporary Issues and Techniques*. England: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Cutlip, Scoot. Broom. (2001). *Effective Public Relations*. 8th Edition. USA: Prentice-Hall Inc.
- Dubrin, Andrew J. (2008). *Essential of Management*. Canada: Cengage Learning.
- Edwards, Lee. (2012). *Defning the Object of Public Relations Research: A New Starting Point*. Public Relations Inquiry. Jilid 1 (1). Hlm. 7-30.
- Hidayat, Dasrun. (2016). *Etnografi Public Relations Tantangan Metodologi Pada Kajian Public Relations Berbasis Budaya*. Prosiding Seminar Nasional Akselerasi Pembangunan Masyarakat Lokal Melalui Komunikasi dan Teknologi Informasi. Seminar Nasional. Universitas Lampung. ISBN: 978-602-60412-0-3. Buku 2. Hlm 76-87
- _____ (2014). *Representasi Nemui-Nyimah sebagai Nilai-Nilai Kearifan Lokal Lampung; Perspektif Public Relations Multikultur*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Riau*. ISSN 2252-665X. Volume 5 Nomor 1. hlm 90-102.
- Hymes, Dell. (1996). *Ethnography, Linguistics, Narrative Inequality*. London: Taylor and Francis.
- Khairil, Muhammad. (2012). *Perilaku Komunikasi Terpidana Kelompok Teroris*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume, Nomor, Agustus 2012. Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN Jogjakarta.
- Kuswarno, Engkus. (2008). *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Lim, Young, Goh, Sriramesh. (2005). *Applicability of the Generic Principles of Excellent Public Relations in a Different Cultural Context; The Case Study of Singapore*. *Journal Of Public Relations Research*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc 17(4) 315-340.

- Leichthy, Greg. (2003). *The Cultural Tribes of Public Relations*. Journal of Public Relations Research. Lawrence Erlbaum Associates, Inc volume 15:4 hlm 277-304.
- Ling Sha, Bey. (2006). *Cultural Identity in the Segmentation of Publics: An Emerging Theory of Intercultural Public Relations*. Journal of Public Relations Research. Lawrence Erlbaum Associates, Inc volume 18:1 hlm 277-304.
- Ming Yi-Wu. (2009). *Can American Public Relations Theories Apply to Asian Cultures?* Journal of Public Relations Quarterly (503) ProQuest Health Management.
- Smith, Ronald. (2005). *Strategic Planning for Public Relations*. Second Edition. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sobur, Alex. (2015). *Ensiklopedia Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Striramesh, K., & Vercic, D. (2009). *The Handbook of Global Public Relations: Theory, Research, and Practice (Revised and Expanded Edition)*. New York: NY: Routledge.
- _____ (2006). *International Public Relations; A Framework for Future Research*. Journal of Communication Management. Volume 6. Nomor 2. Hlm. 103-117.
- _____ (2004). *Multiculturalisme and Public Relations Education*. *The Global Public Relations Handbook Theory, Research and Practice*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- _____ (2004). (Eds.) *The Global Public Relations Handbook (Revised Edition)*. New York, NY: Routledge. 62 – 78
- Suranto Aw. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Graha Ilmu: Jogjakarta
- Tench, Yeomans. (2006). *Exploring Public Relations*. England: Person Education
- Theaker, Alison. (2004). *The Public Relations Hand Book*. London: Routledge

Sukses Kepemimpinan Kraton Ngayogyakarta dalam Dualitas Struktur

Wahyuni Choiriyati

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma
Jalan Margonda Raya No. 100 Depok 16424, Jawa Barat, Indonesia.
Email: choiri@staff.gunadarma.ac.id

Abstract

King declaration was delivered by Sultan Hamengkubuwono X exposing his princess for next in order to be crowned in Yogyakarta's palace. This raised contentious among Sultan Hamengkubuwono and his brothers. This was wrapped in cultural communication practiness in high level of context that was not easy to understand especially for society in general. This writing is to focus signifying king declaration in society in line to deep structure and culture. By phenomenology approach with critical paradigm, data gathered by in depth interviews and observation. Results of research found that king decralation was perceived as high context communication practices. This tended to economic political nuances. Nowadays, King has not dedicated to serve the society yet, but he tended to want to be respected. Power structure was maintained to secure the power legitimation including reveneu of land taxes and royal familiy businesses in palace. Each of them played the significant roles to secure and maintain in inner cirlice of power in the palace.

Keywords: *succession of leadership, structure, power, culture and communication*

Abstrak

Sabdaraja yang disampaikan oleh Sultan Hamengkubuwono X mengungkapkan bahwa putri sulungnya akan diangkat menjadi penerus tahta kraton Yogyakarta. Hal ini menimbulkan ketegangan antara sultan Hamengkubuwono X dengan adik-adiknya. Semua ini dikemas dalam praktik komunikasi budaya konteks tinggi yang tidak mudah diterjemahkan masyarakat awam. Fokus tulisan ini adalah menggambarkan pemakanaan masyarakat Yogyakarta terkait sabdaraja dan segala hal yang berkaitan dengan struktur kekuasaan dan budaya yang melingkupinya. Menggunakan strategi fenomenologi dengan paradigma kritis, data digali dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi pada enam orang yang dianggap memahami konteks permasalahan ini di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi keluarga kraton merupakan bagian dari budaya konteks tinggi yang agak sulit dimakanai orang awam. Posisi sebagai pemimpin memberikan keuntungan secara politik dan ekonomi sehingga menimbulkan kontestasi dan ketegangan. Hal ini nampak dalam bisnis keluarga keraton dan pajak tanah yang diterima. Hal ini akan terus dilanggengkan melalui struktur budaya yang ada. Pemimpin tidak lagi berusaha melayani saat ini melainkan cenderung dilayani. Masyarakat dianggap tidak memiliki kepekaan dan tatanan kritis sehingga menerima tafsir strukturasi kekuasaan dengan terbuka karena dogma seorang Raja. Hal ini merupakan kekuatan yang dimainkan aktor sosial dalam realitas budaya, karena masyarakat sejatinya menghendaki sebuah wacana yang terbuka, arif dan bijak mengikuti elemen rasionalitas sekaligus kesadaran atas peran pemimpin bagi rakyatnya.

Kata Kunci: Sukses Kepemimpinan, Struktur, Kekuasaan, Budaya dan Komunikasi

Pendahuluan

Bagi warga Yogyakarta yang mencermati Sabda Raja Sri Sultan HB X pada bulan April hingga Mei 2015 sempat mengalami kegelisahan, yang berujung pada kegaduhan opini warga terkait pada keputusan Sultan HB X. Masyarakat hanya dapat meraba-raba makna Sabdaraja yang dinilai dilingkupi misteri. Merujuk pada istilah Tajuk Rencana harian Kedaulatan Rakyat yang terbit pada 6 Mei 2015, Sabdaraja adalah titah raja dengan nilai lebih tinggi dari Sabdatama. Isi Sabdaraja tersebut pertama, penyebutan Buwono menjadi Bawono. Kedua, tidak lagi menggunakan gelar khalifatullah. Ketiga, Kaping Sedasa diganti menjadi Kaping Sepuluh. Keempat, akan mengubah perjanjian antara pendiri Mataram Ki Ageng Giring dengan Ki Ageng Pemanahan. Kelima, HB X akan menyempurnakan keris Kanjeng Kyai Ageng Kopek dengan Kanjeng Kyai Ageng Joko Piturun.

Bila disimpulkan, maka masyarakat Yogyakarta bisa memaknai Sabdaraja tersebut mengarah kemungkinan pada suksesi perempuan. Sehingga akan dimungkinkan dinobatkannya perempuan sebagai penerus raja. Bila dicermati, melalui pernyataan seorang Budayawan dan Sejarawan Yogya, M Jazir ASP yang termuat pada Harian Kedaulatan Rakyat 6 Mei 2015, menafsirkan bahwa Sabdaraja (yang dapat dibilang dekrit) ternyata membuat gejolak di kalangan internal Kraton Yogyakarta. Dari sudut pandang sejarah, Sabdaraja dinilai menyimpang dari paugeran atau konstitusi kraton.

Di era keterbukaan pers seperti saat ini, suatu peristiwa sulit tidak dilihat dan didengar masyarakat luas. Dengan tiadanya penjelas dan suatu penegasan resmi, masyarakat tidak bisa disalahkan mengalami sebuah heterofili komunikasi dalam penerimaan pesan. Terlebih bagi mereka yang merupakan warga Yogyakarta, nampak larut dalam melihat dan menilai kondisi kraton saat ini. Melalui serangkaian observasi, baik sekedar obrolan warung kopi di sudut kota Yogyakarta, hingga menjadi diskusi yang memanas di tingkat akademisi dan cerdas cendekia. Melalui sudut pandang ilmu

masing-masing, masyarakat nampak mengikuti dengan seksama gejolak kraton. Kebanyakan mencemaskan “sesuatu” terkait dengan sinar keagungan Kraton Yogyakarta.

Dalam konteks komunikasi trans budaya, terdapat kondisi Heterofili, *dimana* budaya seseorang akan tercermin dalam praktik komunikasi dengan orang lain. Karena itu, komunikasi akan berlangsung damai apabila masing-masing komunikasi memiliki pengertian yang mendalam tentang latar budaya masing-masing. Ada banyak hal yang dapat dipelajari diantaranya persepsi, serta bentuk-bentuk komunikasi baik verbal maupun nonverbal dalam setiap peristiwa budaya.

Merujuk pada situasi ini, kondisi dan suasana di Kraton Yogyakarta, masyarakat dapat menangkap pesan budaya melalui media massa yang tidak luput memberitakan berbagai sepak terjang Sri Sultan HB X terkait Sabdaraja yang dikeluarkannya. Bagaimana resistensi yang diekspresikan oleh empat adik-adik Sultan dalam aksi atau laku spiritual dengan melakukan “sowan” atau mengadu dan memohon maaf atas kondisi Kraton Yogyakarta saat ini, kepada para leluhur dengan melakukan ziarah merupakan sebuah tindakan elegan. Langkah keempat bangsawan ini, mencerminkan kebijaksanaan dan kedalaman hati yang dapat menjadi teladan. Dalam berbagai diskusi yang mengemuka di masyarakat, sikap para adik Sultan ini dianggap santun, elegan dan mampu mengendalikan diri dari perasaan kecewa dan amarah.

Mengutip pada pernyataan Pengamat kebudayaan Universitas Indonesia, Karsono Kardjo Saputra pada Harian Tempo yang terbit 13 Mei 2015, menyatakan tak ada suksesi takhta kerajaan yang terjadi tanpa darah atau konflik dalam sejarah Asia Timur dan Tenggara. Sejumlah negara, termasuk Indonesia, memiliki catatan konflik panjang, bahkan pembunuhan, dalam penentuan calon pengganti penguasa. Hal tersebut berbeda dengan suksesi kerajaan di Eropa yang sudah diatur dalam undang-undang, sehingga suksesi relatif berjalan lancar.

Terkait topik riset dalam polemik internal

Kraton Yogyakarta mengenai suksesi takhta Sri Sultan Hamengku Bawono X, Karsono Kardjo Saputro menilai bahwa peluang adik kandung Sultan menjadi pewaris takhta Kerajaan Mataram Islam, yang berdiri pada abad ke-17, itu pupus. Menurutnya, Sultan yang memiliki anak perempuan telah mengeluarkan Sabdaraja kedua pada 5 Mei 2015, yang isinya mengangkat anak sulungnya sebagai putri mahkota. Dalam sabda tersebut, Sultan mengubah nama putri pertamanya, Gusti Kanjeng Ratu Pembayun, menjadi GKR Mangkubumi Hamemayu Hayuning Bawono Langgeng Ing Mataram. Perubahan nama ini dianggap menjadi langkah Sultan mempersiapkan Pembayun sebagai putri mahkota Kesultanan Yogyakarta.

Berdasarkan data observasi dalam penelitian Sabdaraja dan polemik internal Kraton, peneliti melihat bahwa friksi dan konflik tidak semata soal jabatan raja, tapi juga posisi politik sebagai Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Seperti termuat dalam Undang-Undang Keistimewaan Yogyakarta (UUK) No 13 tahun 2012, bahwa Raja yang memerintah Yogyakarta secara otomatis ditetapkan sebagai Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, posisi sultan dapat dikategorikan potensial mengingat banyaknya aset yang dimiliki Kraton Yogyakarta. Melalui penelitian Fenomenologi Kritis, penelitian ini berusaha untuk membongkar naturalisasi struktur dalam suatu budaya yang berjalan secara pervasif (merembes) dalam balutan budaya konteks-tinggi.

Secara makro persoalan suksesi takhta di kerajaan manapun jarang terjadi tanpa darah atau konflik. Dalam sejarah Asia Timur dan Tenggara, sejumlah negara, termasuk Indonesia, memiliki catatan konflik panjang, bahkan pembunuhan, dalam penentuan calon pengganti penguasa. Sedangkan secara mikro (konteks Indonesia), Kraton Yogyakarta merupakan representasi realitas perebutan kekuasaan secara pervasif. Penanda suksesi telah nampak diskenariokan aktor-aktor yang terlibat dalam kepentingan kekuasaan. Munculnya persepsi demikian dibangun dengan asumsi terdapat

ketidakwajaran dan ketidaksejajaran dalam relasi antara aktor yang merupakan priyayi atau bangsawan yang dari perspektif hirarki dan sejarah justru terabaikan dan teralienasi dalam struktur kekuasaan itu sendiri. Hal ini kemudian menciptakan sebuah pertanyaan mengenai bagaimana masyarakat Yogyakarta menafsirkan makna Sabdaraja sebagai struktur kekuasaan yang dilanggengkan dalam konteks Komunikasi Trans Budaya serta praksis dualitas struktur dalam suksesi kepemimpinan Kraton Yogyakarta.

Hal ini kemudian untuk menggambarkan kecenderungan berbagai peran peneguhan kekuasaan melalui serangkaian struktur-struktur budaya yang dilegitimasi melalui berbagai pranata sosial. Serta hal ini juga untuk menjelaskan indikasi-indikasi ideologi kapitalistik yang mendasari munculnya kecenderungan peran aktor dalam struktur budaya yang dominan yang dilakukan oleh aktor yang memiliki kekuasaan terstruktur dengan menggunakan studi fenomenologi dalam perspektif kritis.

Metode Penelitian

Di hampir wilayah nusantara ini kerajaan sebesar Kraton Yogyakarta merupakan kerajaan yang memiliki penguasa yang dinamis dalam kiprah budaya dan politik nasional di tanah air. Salah satu fenomena yang ditafsirkan secara politis oleh banyak pihak terjadi dalam beberapa bulan terakhir di lingkungan Kraton Yogyakarta. Dalam rentang waktu April hingga Mei 2015 terdapat peristiwa bersejarah yang menjadi catatan penting bagi masyarakat Yogyakarta. Salah satunya adalah Sabdatama dan Sabdaraja yang menyita perhatian masyarakat, akademisi, budayawan bahkan politisi nasional dalam mencermati Sabda tersebut. Pemilihan topik penelitian yang berkaitan dengan kekuasaan yang melekat pada struktur budaya ini memberikan konsekuensi metodologis dan konseptual pada penggunaan paradigma kritis (*critical paradigm*).

Asumsi yang mendasari penggunaan paradigma kritis ini disebabkan oleh tafsir pada penggunaan kekuasaan melalui lahirnya Sabda

atau Dawuh Raja. Dimana distribusi kekuasaan terlihat tidak seimbang di masyarakat terhadap kaum priyayi yang notabene memiliki hak dan kesempatan yang sama sejalan dengan sejarah yang telah ada berabad-abad lamanya. Teori kritis, merujuk pada Littlejohn (2014) dicirikan oleh tiga hal, yaitu (1) terdapat upaya memahami pengalaman kehidupan masyarakat dalam konteks sosialnya; (2) terdapat upaya menemukan ketidakbenaran dalam suatu konstruksi sosial kemasyarakatan yang sudah melekat dalam keseharian masyarakat (3) terdapat sebuah upaya yang sadar untuk menyatukan antara teori dan tindakan.

Teori kritis dalam Littlejohn (1996), dibedakan dalam dua varian. Terbagi menjadi teori kritis strukturalis dan pasca-strukturalis. Kritis Strukturalis melihat bahwa struktur-struktur sosial yang menindas itu bersifat nyata, meskipun penindasan itu kadang-kadang tersembunyi dan luput dari kesadaran kebanyakan orang. Lebih jauh, Littlejohn menguraikan bahwa struktur bersifat opresif dan menindas. Di lain pihak, varian kritis pasca-strukturalis memandang tidak terdapat realitas atau makna sentral. Penindasan dalam struktur hanya berlangsung sementara. Apabila terdapat perjuangan menggugat struktur, maka yang muncul adalah perjuangan tunggal yang bersifat cair.

Dalam penelitian berbasis Komunikasi Trans Budaya, peneliti mencoba menempatkan perspektif teori kritis Strukturasi Giddens. Teori yang dipakai sebagai pisau analisis dalam penelitian ini diharapkan mampu membongkar penafsiran statis dan linier yang mengemuka dalam wacana di masyarakat Yogyakarta terkait Sabdaraja. Sabdaraja sebagai bagian dari wacana simbolis dalam struktur budaya Kraton Yogyakarta mengenai aturan atau struktur yang dibangun atas nama kekuasaan sebuah kerajaan. Dari berbagai prinsip struktural, Giddens melihat tiga Gugus besar struktur. Pertama, struktur Signifikansi (*signification*) menyangkut skemata simbolis, penyebutan, dan wacana. Kedua, struktur dominasi (*domination*) yang

mencakup penguasaan atas orang (politik) dan barang (ekonomi). Ketiga, struktur legitimasi menyangkut skemata peraturan normatif yang terungkap dalam tata hukum (Giddens dalam Wirawan, 2012).

Bila dikaitkan dengan konsep kekuasaan, dualitas struktur seperti terurai di atas dapat berfungsi sebagai alat analisis kehidupan sosial. Salah satunya adalah menjadi pisau analisis mengenai hubungan antara tindakan manusia dengan strukturnya. Berdasarkan hal tersebut, konsep Giddens yang diungkapkan oleh Wirawan (2012) memuat karakteristik utama dari kekuasaan menurut pandangan strukturasionis, antara lain:

1. Kekuasaan sebagai bagian integral dari interaksi sosial (*power as integration to social interaction*). Dalam setiap interaksi sosial selalu melibatkan kekuasaan, sehingga kekuasaan dapat diterapkan pada semua jenjang kehidupan sosial mulai dari yang sempit sampai dengan tataran yang lebih luas.
2. Kekuasaan adalah hal yang krusial dan pokok dalam diri manusia (*power as intrinsic to human agency*). Kekuasaan adalah kemampuan aktor untuk mempengaruhi dan mengintervensi serangkaian peristiwa, sehingga aktor dapat mengubah jalannya peristiwa tersebut.
3. Kekuasaan adalah konsep relasional, termasuk memuat hubungan otonomi dan ketergantungan (*Power as relational concept, involving relations of autonomy and dependence*). Dimaknai sebagai peran kekuasaan yang bukan sekedar kapasitas transformasi aktor mencapai tujuannya, melainkan juga konsep relasional. Ini berarti, setiap aktor dapat mempengaruhi lingkungan di mana peristiwa interaksi itu terjadi, agar aktor lain memenuhi keinginannya.
4. Kekuasaan selain bersifat membatasi juga memberi kebebasan (*power as constraining as well as enabling*). Dalam kehidupan sehari-hari kekuasaan bergandengan tangan dengan dominasi yang terstruktur. Anggota masyarakat tidak hanya mengintervensi jalannya interaksi, tetapi juga mencoba melakukan kontrol perilaku orang lain. Ini dilakukan dengan sarana sanksi

yang telah tersedia secara struktur.

5. Kekuasaan sebagai proses (*power as process*). Hubungan dialektik antara aktor dan struktur tidaklah bersifat statis, tetapi secara kontinu melakukan produksi dan reproduksi melalui proses yang disebut strukturasi.

Dari konsep pemikiran diatas, relasi Sabdaraja sekaligus actor-aktor yang terlibat penuh dalam sabda raja tersebut merupakan pengejawantahan dari konsep kekuasaan. Bagaimana aktor-aktor yang terlibat dalam interaksi secara terus-menerus dan rutin membangun, memelihara, mengubah dan mentransformasi hubungan-hubungan kekuasaan tersebut baik pada level mikro maupun makro. Mencakup dominasi dan subordinasi yang terlibat dalam proses interaksi oleh faktor-faktor untuk memelihara hubungan kekuasaan tadi.

Ketidakmampuan membaca pikiran dalam konteks budaya, menurut pendapat beberapa ahli sebagai hal yang umum. Gudykunst dan Kim (2014) menguraikan bahwa komunikasi merupakan cara yang ampuh untuk mengatasi ketidakpastian dalam menafsirkan budaya tersebut, dan simbol merupakan bagian terpenting dalam proses mengurai penafsiran budaya tertentu. Shimanoff (1987) menunjukkan bahwa komunikasi bersifat kontekstual karena komunikasi terjadi pada situasi atau sistem tertentu yang mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi dan arti dari pesan yang dibawa. Bagaimana pakaian Sultan HB X selaku raja Kraton Yogyakarta yang mengenakan kupluk (peci) berwarna biru, penetapan nama dan gelar baru dilakukan dengan duduk di Batu Gilap Siti Hinggil (Batu Gilap hanya boleh diduduki oleh calon pewaris tahta kerajaan). Pakaian bahkan bahasa berupa dhawuh (sabda) raja dalam konteks penelitian ini sejalan dengan pemikiran Shimanoff, bahwa simbol-simbol tersebut semuanya diadaptasikan dalam konteks.

Konteks budaya oleh Gudykunst dan Kim (2014) didefinisikan sebagai komponen terbesar yang meliputi ruang lingkup di mana komunikasi itu terjadi. Logika ini dilandasi bahwa dalam konteks komunikasi selalu melibatkan perilaku

dan peraturan yang dipelajari dan dibawa dalam proses komunikasi. Konteks budaya sendiri terkait dengan konteks lingkungan, kesempatan, waktu, jumlah orang yang mengatur alur komunikasi. Konteks budaya terkait jumlah orang dalam sabdaraja dapat dimaknai dengan sikap para pangeran yang merupakan adik-adik raja dengan elegan tidak bersedia hadir dan justru melakukan *counter hegemony* terhadap sabda tersebut dengan laku prihatin menziarahi makam leluhur.

Dalam memaknai budaya konteks tinggi, arti dari informasi yang dipertukarkan selama interaksi tidak harus dikomunikasikan lewat kata-kata. Salah satu alasan bahwa arti kata kadangkala tidak harus dikatakan secara verbal dalam budaya konteks-tinggi adalah karena sifat masyarakat yang homogen. Mereka memiliki pengalaman dan informasi yang sama, dan protokol sosial yang tetap. Diasumsikan dalam budaya konteks-tinggi, tradisi dan sejarah hanya mengalami sedikit perubahan dalam kurun waktu tertentu. Hofstede dalam Samovar (2014) menekankan bahwa budaya konteks tinggi lebih sering ditemukan dalam budaya tradisional. Salah satu penyebabnya adalah budaya yang memuat suatu pesan yang konsisten menghasilkan respon yang konsisten pula dalam lingkungan sosial. Karena arti tidak selalu terdapat dalam kata-kata. Dalam budaya konteks tinggi, informasi disediakan melalui kesimpulan, gerakan, dan bahkan dalam suatu keheningan.

Masyarakat dalam budaya konteks-tinggi cenderung waspada terhadap lingkungan sekitar mereka dan dapat menyatakan serta mengartikan perasaan tanpa menyatakannya secara verbal. Andersen (1978) dalam bukunya *Myth to Live* tahun 1978, mengungkapkan “budaya konteks-tinggi percaya pada komunikasi non-verbal”. Arti dalam budaya konteks-tinggi juga dinyatakan “melalui status (usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang keluarga, gelar dan afiliasi). Senada dengan yang diungkapkan Gudykunst (dalam Samovar, 2014),”pesan” komunikasi yang digunakan oleh budaya konteks-tinggi dilakukan dengan cara tidak

langsung, masyarakat yang menganut budaya ini bergantung pada bagaimana sesuatu itu dikatakan, lebih daripada apa yang dikatakan, dan waspada terhadap isyarat non verbal.

Mengutip ungkapan Clifford Geertz dalam Bukunya berjudul Agama Jawa (2013), kalangan priyayi memiliki etika dengan kepekaannya yang tinggi terhadap perbedaan status. Para Priyayi diceritakan oleh Geertz memiliki tingkat bahasa yang lebih tinggi bila diucapkan dengan benar. Mereka juga memiliki semacam kemegahan kenegaraan yang bisa membuat percakapan paling sederhana tampak sebagaimana upacara besar. Dalam kasus Sabdaraja ini, nampak untaian sabda yang tidak mudah diterjemahkan masyarakat di luar kraton Yogyakarta.

Pernyataan Geertz ini diametral dengan Hipotesis Sapir-Whorf (dalam Mulyana, 2008) yang menyatakan bahwa ketika orang belajar bahasa suatu budaya atau sub budaya tertentu, maka perhatiannya diarahkan kepada aspek-aspek realitas atau hubungan yang penting dalam konteks tersebut. Sapir-Whorf menyatakan bahwa bahasa memuat dua hal penting. *Pertama*, berlaku sebagai alat bantu memori. Bahasa membuat memori lebih efisien bila kita menyandi peristiwa sebagai kategori verbal. Situasi ini terlihat nyata dalam Sabdaraja yang terkesan berlaku bagi kalangan internal kraton, namun ditafsirkan secara meluas oleh masyarakat dengan penanda bahwa suksesi Kraton Yogyakarta sudah dimulai dengan penanda lahirnya raja perempuan yang mengubah suksesi kerajaan Mataram selama berabad-abad. *Kedua*, bahasa memungkinkan individu untuk mengabstraksikan apa saja yang berasal dari pengalaman. Hal ini terutama penting dalam mengungkapkan suatu hubungan abstrak. Representasi asumsi kedua Sapir-Whorf dapat dilihat dalam istilah sabdaraja atau dawuh raja menurut Sultan HB X dalam penjelasannya seperti dimuat oleh Nova edisi 1420/XXVIII yang terbit 11-17 Mei 2015. Sabdaraja merupakan Perintah Allah SWT yang kemudian diterjemahkan Sultan melalui Sabdaraja dan Dawuhraja kepada orang lain dan keluarganya secara tertutup di kraton.

Sabdaraja dibacakan secara utuh dalam bahasa Jawa. Poinnya adalah, bahwa Sultan merasa Allah SWT telah memerintahkan dirinya melalui para leluhurnya. Perintah Allah SWT lewat para leluhurnya itu dikatakan Sultan amat mendadak. “Jadi harus dilaksanakan tidak boleh menggerutu. Kalau tidak dilaksanakan akan tergulung oleh zaman” demikian mengutip pernyataan Sultan HB X dalam liputan Nova. Sultan merasa takut bila tidak melaksanakan perintah itu akan kena laknat Allah SWT. Bahkan disampaikan Sultan karena mendadak harus dilaksanakan, bahkan Ratu Hemas selaku istri Sultan harus bangun jam lima langsung berhias.

Ada tiga elemen utama dalam Fenomenologi Dunia Sosial Alfred Schutz, yaitu dunia kehidupan sehari-hari, sosialitas, serta makna dan pembentukan makna. **Pertama**, dunia kehidupan sehari-hari adalah dunia yang paling fundamental dan terpenting dalam kehidupan manusia. Dalam dunia kehidupan sehari-hari terbentuklah makna, bahasa dan interaksi sosial yang membentuk perilaku bersama yang kemudian diterima bersama oleh anggota masyarakat. Dunia kehidupan sehari-hari merupakan kenyataan dasar sehingga kenyataan sosial dapat dipahami. Dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu realitas terpenting dalam kehidupan manusia (Sobur, 2013).

Kedua, sosialitas dikembangkan dari Teori Tindakan Sosial Max Weber dimana tindakan sosial merupakan perbuatan yang diarahkan kepada orang lain. Sosialitas atau kesosialan merupakan kenyataan bahwa manusia tumbuh dan berkembang dalam ranah interpersonal dimana kehidupan bersama menciptakan banyak cara dalam berpikir, menilai, merasa, berbicara dan berbuat agar kehidupan bersama mencapai taraf insani.

Ketiga, makna dan pembentukan makna berkaitan dengan penjelasan orisinal dari Schutz terkait gagasan Fenomenologi. Schutz menganggap gagasan Fenomenologi memberikan penjelasan bagaimana makna membentuk struktur sosial. Makna dasar bagi pengertian manusia adalah akal sehat. Akal sehat

adalah pengetahuan yang ada dalam setiap diri orang dewasa yang tidak hanya berasal dari pengalaman personal namun juga diturunkan secara sosial dari orang sebelumnya (Sobur, 2013).

Fenomenologi dengan kekuatannya untuk mengadakan penafsiran terhadap hubungan manusia dan masyarakatnya memiliki fungsi untuk mengadakan penjelasan terminologi bidang budaya. Strategi *interpretive practice*, adalah strategi yang dapat mengungkap kebenaran sebagaimana yang dimaksud. Hal ini diartikan, bahwa peneliti tidak bisa langsung ke lapangan tanpa pengetahuan atau pemikiran yang kosong. Namun justru melalui proses pengenalan metode atau pemahaman yang dilakukan dengan studi referensi yang komprehensif.

Informan dalam penelitian ini diambil melalui teknik *Convenience Sampling*, yang dianggap paling sederhana dan paling longgar dalam penelitian komunikasi kualitatif. Peneliti sekadar mengambil siapa saja untuk dijadikan wakil dari subyek penelitian dan kemudian mengamati atau memawawancarainya. Untuk mendapatkan kedalaman pada penelitian ini, warga yang merupakan masyarakat Yogyakarta juga dimintai informasi terkait Sabdaraja yang dikeluarkan Sultan HB X. Penelitian ini melibatkan 3 orang abdi dalem keraton, dan 3 orang warga Yogyakarta yang mengikuti perkembangan dan informasi seputar Sabdaraja Sultan HB X.

Hasil dan Pembahasan

Mekanisme pengisian jabatan dan tata kelola Kraton sudah selayaknya mulai dibuka. Hal ini merupakan bagian dari sebuah riset pendahulu yang merespon Sabdaraja Sultan HB X. Sabdaraja menuai polemik di Kraton Yogyakarta dan menyita perhatian warga Yogyakarta. Mengapa situasi ini dianggap penting bagi publik DIY? Hal ini penting supaya tidak menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat. Salah satunya diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jurusan Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta, tahun 2015. Survey meminta pendapat tentang calon pengganti Sultan HB X, sebanyak 30,2 persen menyatakan setuju dengan GKR Mangkubumi, 35,9 persen setuju jika pengganti Sultan HB X adalah adiknya dan 33,9 persen responden menyatakan ragu-ragu. Data tersebut secara tidak langsung menggambarkan bahwa dukungan kepada perempuan Sultan HB X berbanding dukungan kerabat HB X sebagai Sultan berikutnya relatif sama.

Saat dilakukan penelitian tentang dukungan (keterbukaan) terhadap pemimpin perempuan, angka paling tinggi ada di Sleman dengan persentase 41,7 persen, sedang yang terendah ada di Gunungkidul. Terungkap bahwa masyarakat DIY masih konsisten terhadap keistimewaan DIY mendukung posisi Sultan sebagai Raja Kraton sekaligus Gubernur. Untuk itu suksesi kepemimpinan Kasultanan Yogyakarta tidak bisa lagi hanya dilihat sebagai suksesi internal, tapi menjadi suksesi kepemimpinan kepala daerah. Namun sampai saat ini warga DIY belum mengetahui siapa yang akan menjadi Sultan pasca HB X. Karena itu, suksesi kepemimpinan Kraton Yogyakarta tidak bisa lagi hanya dilihat sebagai suksesi internal, tapi menjadi suksesi kepemimpinan kepala daerah (Gubernur DIY)

Strukturasi dalam Budaya dan Politik Kekuasaan

Tafsir mengenai kekuasaan yang pervasif dalam strukturasi Giddens dapat kita kaji dengan jelas dalam struktur budaya Kraton Yogyakarta. Melalui berbagai sumber dan fakta di lapangan, dapat kita ketahui bahwa Kekuasaan sebagai bagian integral dari interaksi sosial (*power as integration to social interaction*). Dalam setiap interaksi sosial selalu melibatkan kekuasaan, sehingga kekuasaan dapat diterapkan pada semua jenjang kehidupan sosial mulai dari yang sempit sampai dengan tataran yang lebih luas.

Seiring jatuhnya Orde Baru, kekuatan feodal kesultanan yang tersisa di Indonesia mengalami krisis. Krisis kekuasaan feodal dan kesultanan di Indonesia yang dihadapi oleh

Yogyakarta adalah krisis legitimasi dan krisis ekonomi. Krisis yang pertama disebabkan oleh UU No 3 Tahun 1950 yang menyatakan bahwa ahli waris (keturunan) sultan akan selalu menjadi gubernur provinsi tanpa pemilu yang tidak sesuai dengan amandemen UUD 1945. Untuk mengatasi krisis tersebut, maka kesultanan mencoba untuk menata kembali (*reorganizing* atau reorganisasi) kekuatan melalui reorganisasi politik dan ekonomi. Reorganisasi kekuatan ekonomi dilakukan melalui rekonsentrasi Tanah Sultan dan Tanah Pakualam serta menghidupkan kembali bisnis lama dan juga komodifikasi aset dan properti kesultanan. Keraton beradaptasi dengan kondisi-kondisi baru seperti desentralisasi serta mereorganisasi kekuasaannya yang ditandai dengan munculnya kekuatan-kekuatan warisan Orde Baru pada tingkat lokal di era reformasi termasuk di Keraton Yogyakarta (Yanuardi, 2012).

Dalam tataran pengejawantahan kekuasaan, Giddens menguraikan bahwa Kekuasaan adalah konsep relasional, termasuk memuat hubungan otonomi dan ketergantungan (*Power as relational concept, involving relations of autonomy and dependence*). Dimaknai sebagai peran kekuasaan yang bukan sekedar kapasitas transformasi aktor mencapai tujuannya, melainkan juga konsep relasional. Ini berarti, setiap aktor dapat mempengaruhi lingkungan di mana peristiwa interaksi itu terjadi, agar aktor lain memenuhi keinginannya. Analisis kekuasaan dalam kepemilikan tanah juga jelas terlihat pada kepentingan Kraton. Tanah yang dimiliki Keraton ini disebut Sultaanat Ground (SG) dan Pakualamanaat Ground (PAG). Sebagaimana dicatat oleh Anderson dan Case dalam Dian Yunardi (2011), peran kekuasaan lokal yang memiliki akses dan kontrol atas tanah, adalah penting dalam menentukan arah perubahan agraria dan bagaimana tanah dijadikan untuk akumulasi kekayaan sehingga dapat diubah menjadi bidang lain seperti sebagai kekuatan politik dan kekuatan budaya.

Luas tanah yang dikuasai ini sangat besar dengan membentang di seluruh Propinsi

Yogyakarta. Data luas SG dan PAG yang dikeluarkan oleh Pemerintahan Propinsi Yogyakarta pada tahun 2005 lebih dari 6000 Ha. Sedangkan dalam data lainnya yang dirilis *Himmah*, lebih kecil dari itu yaitu 3778 Ha. Tanah SG kini terkonsentrasi di Yogyakarta, Bantul dan Sleman. Sedangkan, PAG banyak di Kulon Progo. Jumlah tanah tersebut, seperti telah dijelaskan sebelumnya, merupakan kepemilikan yang dimiliki turun temurun dari perjanjian Giyanti tahun 1755. Bentangan SG dan PAG di DIY bisa sedemikian luas sebab berdasarkan Rijktsblad Kasultanan No. 16/1918 dan Rijktsblad Kadipaten No. 18/1918, semua tanah yang tidak dapat dibuktikan merupakan hak eigendom (hak milik) orang lain, otomatis menjadi milik kesultanan dan kadipaten (Aditjondro, 2011)

Setelah rekonsentrasi dilakukan, ribuan hektar Tanah Sultan di seluruh Kraton kini terkonsentrasi di Yogyakarta, Bantul dan Sleman sedang Tanah Paku Alaman terkonsentrasi di Kulon Progo. Kedua jenis tanah keraton itu merupakan sumber pendapatan kraton dari sahamnya di Hotel Ambarukmo, *Ambarukmo Plaza*, *Saphier Square*, dan Padang Golf Merapi. Keraton jelas memainkan peran tidak hanya sebagai pemimpin politik melainkan melalui kekuasaan politiknya telah memainkan peran besar sebagai aktor ekonomi di Yogyakarta. Hal tersebut terlihat dengan jelas dimana sebagian besar anggota keluarga Sultan Hamengku Buwono X dan Paku Alam IX terjun dalam bisnis. Contoh lainnya misal pada tahun 2004, Sultan Hamengkubuwono X membangun sebuah pusat perbelanjaan besar dengan menghapus sebuah sekolah dasar dan situs budaya serta meningkatkan beragam bentuk proyek bisnis termasuk proyek pertambangan. Salah satu bisnis penting keluarga keraton Yogyakarta adalah perusahaan tambang pasir besi PT Jogja Magasa Mining (JMM) di Kulonprogo (Aditjondro, 2011).

Di lain pihak struktur dalam Giddens juga menyoroti Kekuasaan adalah hal yang krusial dan pokok dalam diri manusia (*power as intrinsic to human agency*). Kekuasaan adalah

kemampuan aktor untuk mempengaruhi dan mengintervensi serangkaian peristiwa, sehingga aktor dapat mengubah jalannya peristiwa tersebut. Dalam kasus UUK Yogyakarta, aktor-aktor sosial mengedepankan aturan-aturan yang melanggar kekuasaan melalui struktur regulasi. Praksis dalam penguatan kekuasaan dan struktur regulasi ini dapat terbaca melalui penerbitan Undang-Undang Keistimewaan Yogyakarta (UU Keistimewaan Yogyakarta) yang salah satu poin penting di dalamnya mengatur hak politik untuk menunjuk keturunan Kesultanan sebagai satu-satunya gubernur di Yogyakarta tanpa adanya pemilihan kepala daerah dan juga untuk menyelesaikan tuntutan hukum terhadap tanah Kesultanan. Legalisasi Tanah Kesultanan diatur melalui UU Keistimewaan Yogyakarta yang sudah berkali-kali ditekankan oleh Sultan Hamengkubuwono.

Persetujuan Legislatif atas Undang-Undang Keistimewaan Yogyakarta (UU Keistimewaan Yogyakarta) telah memberikan hak secara legal bagi kesultanan untuk mengklaim dan mencabut hak milik tanah misalnya seperti yang telah terjadi di tanah pesisir yang telah dikelola oleh petani selama bertahun-tahun di Kulon Progo. Kesultanan mengklaim hak milik atas tanah yang dikelola petani tersebut. Padahal, sebelumnya tidak ada tanda-tanda keberatan atau adanya kepentingan dari kesultanan sebelum munculnya proyek penambangan pasir besi yang melibatkan investor asing. Sama seperti era-era sebelumnya, pada era reformasi pun tercipta suatu pemerintahan yang menyalahgunakan kekuasaannya untuk mendapatkan keuntungan pribadi yang sebesar-besarnya dengan mengabaikan kepentingan rakyat yang sesungguhnya. Lebih jauh, melalui paparan di atas dapat dilihat secara keseluruhan bahwa secara historis kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh keraton pada era reformasi bukan merupakan hal yang baru melainkan merupakan sebuah sejarah yang panjang. Hanya saja dinamika politik dalam negeri telah mentransformasi bentuk dari kekuatan ekonomi tersebut melalui penguatan penguatan struktur

budaya yang terus menerus dilanggengkan melalui kekuasaan.

Kekuasaan: Membatasi juga Memberi Kebebasan

Dalam kehidupan sehari-hari kekuasaan bergandengan tangan dengan dominasi yang terstruktur. Anggota masyarakat tidak hanya mengintervensi jalannya intraksi, tetapi juga mencoba melakukan kontrol perilaku orang lain. Ini dilakukan dengan sarana sanksi yang telah tersedia secara struktural. Kekuasaan sebagai proses (*power as process*). Hubungan dialektik antara aktor dan struktur tidaklah bersifat statis, tetapi secara kontinu melakukan produksi dan reproduksi melalui proses yang disebut strukturasi.

Naturalisasi atas struktur yang opresif dari penguasa, memunculkan kritik mengenai longgarnya kebijakan Gubernur selaku Sultan HB X sekaligus penguasa Kraton Yogyakarta. Kritik terkait maraknya perijinan hotel berbintang di wilayah Yogyakarta. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Daerah Istimewa Yogyakarta, sampai awal 2014 ada 399 hotel di Yogyakarta, terdiri dari 43 hotel bintang dan 356 hotel nonbintang. Adapun selama 2014, Dinas Perizinan Kota Yogyakarta telah mengeluarkan 67 izin mendirikan bangunan hotel baru sehingga jumlah hotel di Yogyakarta akan terus bertambah. Dampak sosial lain adalah lemahnya kekuatan politik seorang Sultan sekaligus Gubernur yang harus mampu mendekati pada kepentingan hajat hidup warga Yogyakarta. Saat ini Kota Yogyakarta menggelar acara Grebeg Mall Jogja 2013 sebagai salah satu bagian dari peringatan Hari Ulang Tahun Kota Yogyakarta ke-257. Hal ini memperkuat opini bahwa Penguasa Yogyakarta tidak mendukung perkembangan pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern. Selain mall, kota Yogyakarta juga sangat terbuka bagi jejaring minimarket yang telah sangat mempengaruhi tingkat penjualan pedagang di pasar tradisional. Pada rentang tahun 2007 – 2009, pertumbuhan toko modern di Yogyakarta mencapai 52%, sedangkan pasar

tradisional tidak tumbuh (stagnan). Pemerintah Kota Yogyakarta sebenarnya telah memiliki aturan pembatasan pertumbuhan toko modern maksimal 52 unit. Letaknya pun diharuskan berjarak minimal 400 meter dari pasar tradisional.

Suksesi kekuasaan dalam keraton Yogyakarta menjadi suatu hal yang menarik perhatian tidak hanya masyarakat Yogyakarta secara khusus namun juga masyarakat di Indonesia pada umumnya. Selama berabad-abad, keraton Yogyakarta dipimpin oleh seorang laki-laki namun sepertinya hal ini akan berubah tidak lama lagi. Sultan Hamengkubuwono X yang tidak memiliki anak laki-laki sepertinya akan mewariskan tahta kesultanan Yogyakarta pada anak perempuan tertuanya. Hal ini sebetulnya sudah menunjukkan gejala sejak lama sebelum sabdaraja yang dikeluarkan Sultan Hamengkubuwono X dipublikasikan. Dalam sabdaraja tersebut, Sultan Hamengkubowono X secara implisit menjadikan anak sulungnya sebagai putri mahkota. Hal ini kemudian menciptakan sebuah polemic di dalam keluarga keraton.

Empat adik laki-laki sultan menolak keputusan Sultan Hamengkubuwono X untuk mengangkat putri tertuanya sebagai penerus tahta keraton Yogyakarta. Alih-alih menggunakan cara yang cenderung bersifat represif, ketidaksetujuan keempat adik sultan ditunjukkan dengan cara menziarahi makam para leluhur yang menyimbolkan bahwa mereka mengadu terkait langkah sultan Hamengkubuwono X yang mereka nilai melanggar aturan yang telah dijalankan sejak lama di Kraton Yogyakarta. Selain itu, posisi sebagai pemimpin kraton Yogyakarta memiliki manfaat tidak hanya dari segi politik namun juga dari segi material. Tidak heran suksesi kekuasaan ini menimbulkan ketegangan antara sultan Hamengkubowono X dengan adik-adiknya.

Praktik komunikasi yang nampak terkait suksesi kepemimpinan Kraton Yogyakarta ini adalah komunikasi dalam budaya konteks tinggi. Komunikasi dalam budaya konteks tinggi agak sulit dimaknai oleh orang awam. Hal ini

terlihat tindakan protes yang dilakukan adik sultan Hamengkubuwono X atas keputusannya mengangkat putri sulungnya sebagai putri mahkota dengan menziarahi makam leluhur. Hal ini sebagai bentuk upaya menyampaikan pesan bahwa apa yang dilakukan oleh Sultan Hamengkubuwono X telah merusak aturan yang telah ditetapkan oleh leluhur mereka sekaligus mengungkapkan ketidaksetujuan mereka atas apa yang diputuskan oleh Sultan Hamengkubuwono X. Sultan Hamengkubuwono X juga menyampaikan pesan kepada publik jogja bahwasanya apa yang ia lakukan merupakan perintah dari Allah SWT yang disampaikan melalui para leluhur. Hal ini juga merupakan bagian dari bentuk komunikasi dalam budaya konteks tinggi.

Posisi sebagai pemimpin kraton Yogyakarta memberikan keuntungan paling tidak dari segi politik dan material. Dari segi politik, pemimpin kraton merupakan gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini mengimplikasikan bahwa pemimpin kraton memiliki kekuasaan secara politik terhadap seluruh wilayah dan rakyat Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari segi material, tanah yang ada di sejumlah wilayah di Yogyakarta merupakan tanah milik kraton. Artinya pajak yang dibayarkan oleh para penyewa baik itu yang bersifat lokal dari luar wilayah Yogyakarta memberikan pemasukan yang luar biasa kepada kraton. Keuntungan secara politik dan material ini tentunya akan saling berkaitan satu sama lain misalnya melalui berbagai kebijakan yang dikeluarkan untuk melanggengkan kekuasaan dan praktik akumulasi capital. Kondisi ini kemudian menyiratkan bahwa posisi sebagai penguasa sepertinya tidak lagi dimaknai sebagai pelayan rakyat melainkan posisi hebat yang menjanjikan keuntungan dan justru akan sering dilayani.

Simpulan

Kekuasaan yang dinaturalisasi dalam struktur budaya secara pervasif cenderung tidak disadari oleh masyarakat. Salah satunya apabila kekuasaan yang bersifat opresif dibalut dalam

sebuah budaya konteks-tinggi yang hanya bisa dipahami oleh kelompok priyayi dan intelektual. Masyarakat dianggap tidak memiliki kepekaan dan tatanan kritis sehingga menerima tafsir strukturasi kekuasaan dengan terbuka karena dogma seorang Raja.

Aspek bahasa menjadi sangat penting, karena struktur yang berkuasa dalam budaya konteks-tinggi cenderung menggunakan ungkapan-ungkapan priyayi yang tidak mudah dan sengaja dibuat multifasir. Tentunya ini merupakan kekuatan yang dimainkan aktor sosial dalam realitas budaya, karena masyarakat sejatinya menghendaki sebuah wacana yang terbuka, arif dan bijak mengikuti elemen rasionalitas sekaligus kesadaran atas peran pemimpin bagi rakyatnya.

Daftar Pustaka

- Denzin, Norman, K. & Yvonna S. Lincoln (Ed.) 1994. *Handbooks of Qualitative Research*. London: Sage Publication
- Geertz, Clifford. 2013. *Agama Jawa: Abangan, Santri Priyayi Dalam Kebudayaan Jawa*, Editor: Aswab Mahasin dan Bur Rasuanto. Depok: Pustaka Jaya
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Littlejohn, Stephen W dan Foss, Karen A. 2014. *Teori Komunikasi*, Edisi Sembilan. Salemba Humanika: Jakarta
- Littlejohn Stephen, W. 1996. *Theories of Human Communication*. (Fifth Edition). Belmont: Wadsworth Publishing Company
- Mulyana, Deddy. 2001. *Mengapa dan Untuk Apa Kita Mempelajari Komunikasi Antar Budaya, Dalam: Komunikasi Antar Budaya, Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*, Editor: Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, cetakan kelima. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Miles, M. B dan A. M Huberman . 1984. *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi. 1992. Jakarta: UI Press.
- West, Richard dan Turner, L.H. 2000. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, Mountain View. CA: Mayfield Publishing
- Ritzer, George, 1996, *Modern Sociological Theory*. The McGraw-Hill Companies: Singapore
- S. Shimanoff. 1980. *Communication Rules: Theory and Research*, Beverly Hills. CA: Sage Publication
- Samovar, Larry A., Porter Richard E., dan McDaniel Edwin R. 2014. *Komunikasi Lintas Budaya*, Edisi 7, Jakarta: Salemba Humanika
- Sindhunata. 1978. *Dilema Usaha Manusia Rasional*. Gramedia: Jakarta
- Sunarto. 2000. *Analisis Wacana Ideologi Gender Media Anak-Anak*. Semarang: Mimbar & Yayasan Adikarya Ikapi serta Ford Foundation
- Sobur, Alex. 2013. *Filsafat Komunikasi Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Bandung: Rosda Karya
- Tubbs, Stewart L., dan Moss, Sylvia. 2008. *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*, Editor Deddy Mulyana. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Wirawan, IB. 2012. *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma; Fakta Sosial, Definisi Sosial dan Perilaku Sosial*. Kencana: Jakarta

Makalah:

Yanuardi, Dian , *Commoning, Dispossession Projects and Resistance: A Land Dispossession Project for Sand Iron Mining in Yogyakarta, Indonesia*, hlm 17. Disampaikan dalam International Conference on Global Land Grabbing II pada 17-19 Oktober 2012. (Organized by the Land Deals Politics Initiative (LDPI) and hosted by the Department of Development Sociology at Cornell University, Ithaca, NY).

Sumber Online:

Aditjondro, George Junus. *SG dan PAG, Penumpang Gelap RUUK Yogyakarta*. Harian sore Sinar Harapan, 31 Januari 2011. Diakses melalui <http://indoprogress.com/2011/02/sg-dan-pag-penumpang-gelap-ruuk-yogyakarta/> pada 2 Desember pukul 21.36 WIB. www.yogyakarta.bps.go.id, diakses 9 Desember 2015, pukul 14.10 WIB

Surat Kabar dan Tabloid: Harian Kedaulatan Rakyat, terbit Yogyakarta, 4-5-6 Mei 2015

Tabloid Nova edisi 1420/XXVIII terbit 11-17 Mei 2015